



**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG  
DAMPAK NEGATIF KECANDUAN *GAME ONLINE* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA *SMARTPHONE* BAGI  
REMAJA 12-15 TAHUN**

**TUGAS AKHIR**



**Program Studi  
S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**UNIVERSITAS  
Dinamika**

**OLEH  
TEGUH IMAN WIJAYA  
15420100024**

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2020**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG  
DAMPAK NEGATIF KECANDUAN *GAME ONLINE* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA *SMARTPHONE* BAGI  
REMAJA 12-15 TAHUN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program  
Sarjana Desain Komunikasi Visual**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Oleh :

**Nama : Teguh Iman Wijaya**

**NIM : 15420100024**

**Program : S1 Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2020**

**Tugas Akhir**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG  
DAMPAK NEGATIF KECANDUAN *GAME ONLINE* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA *SMARTPHONE* BAGI  
REMAJA 12-15 TAHUN**

Dipersiapkan dan disusun oleh  
**Teguh Iman Wijaya**  
**NIM : 15420100024**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas  
Pada : 21 Februari 2020

**Susunan Dewan Pembahas**

**Pembimbing:**

- I. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA  
NIDN : 0720028701
- II. Siswo Martono, S.Kom., M.M.  
NIDN : 0726027101

**Pembahas:**

- I. Florens Debora Patricia, M.Pd  
NIDN : 0720048905


Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana



Fakultas Teknologi dan Informatika  
UNIVERSITAS

**Dinamika**

**Dr. Jusak**

NIDN : 0708017101

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika  
UNIVERSITAS DINAMIKA

**SURAT PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika , Saya :

Nama : Teguh Iman Wijaya  
NIM : 15420100024  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Teknologi dan Informatika  
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir  
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN  
MASYARAKAT TENTANG DAMPAK NEGATIF  
KECANDUAN *GAME ONLINE* SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA  
*SMARTPHONE* BAGI REMAJA 12-15 TAHUN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Februari 2020



Teguh Iman Wijaya  
NIM : 15420100024

**LEMBAR MOTTO**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**“Jadilah pribadi yang bermanfaat bagi orang lain”**

## LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Kupersembahkan kepada Orang tua saya yang selalu mendukung tanpa henti, saudara-saudara saya yang selalu mendorong untuk berubah menjadi yang terbaik, semua dosen pembimbing, teman-teman UKKI dan Universitas Dinamika**

## ABSTRAK

Untuk bisa merancang video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun sebagai sebagai sarana informasi, pencegahan, danantisipasi. Maka dalam mengumpulkan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini diharap mampu dijadikan acuan atau prosedur dalam sebuah penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber terkait. Hasil dari penelitian ini berupa video iklan layanan masyarakat yang menampilkan visual dari anak remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun, dan juga media pendukung berupa x-banner, poster dan gantungan kunci untuk menyampaikan pesan secara singkat tentang dampak negatif kecanduan game online pada pengguna *smartphone*.

**Kata Kunci : Dampak Negatif, Kecanduan *Game Online*, Kesadaran, Remaja 12-15 tahun.**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *Game Online* Pada *Smartphone* Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna *Smartphone* Bagi Remaja 12-15 Tahun." ini dapat diselesaikan.

Melalui Kesempatan yang sangat berharga ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Suniah selaku ibu saya dan Sihabudin Effendy selaku bapak saya
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya..
3. Dhika Yuan Yursima, M.Ds selaku dosen pembimbing I
4. Siswo Martono, S.Kom, M.M. selaku Kepala Program Studi dan dosen pembimbing II.
5. Florens Debora Patricia, M.Pd selaku dosen pembahas.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah anda berikan, aaamiin.

Surabaya, Februari 2020



Teguh Iman Wijaya  
NIM : 15420100024



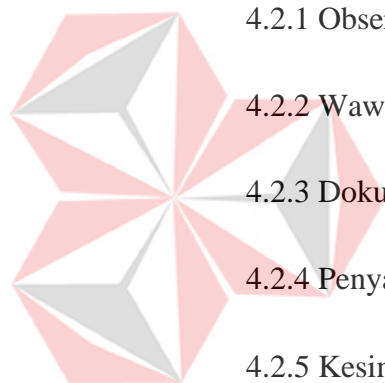
## Daftar Isi

SURAT PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR MOTTO.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan .....	3
1.5 Manfaat .....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 <i>Game online</i> .....	6
2.3 Remaja .....	6

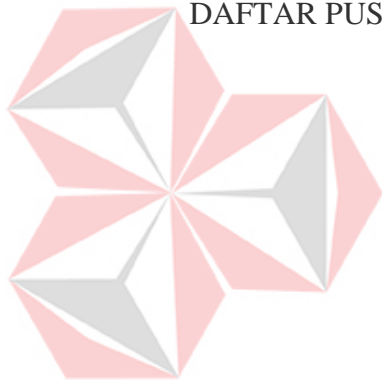
2.3.1 Definisi Remaja .....	6
2.4 Iklan .....	7
2.4.1 Definisi Iklan .....	7
2.5 Iklan Layanan Masyarakat .....	7
2.5.1 Isi Iklan Layanan Masyarakat .....	7
2.6 Storyboard.....	8
2.7 Camera Angle .....	8
2.8 Storyline.....	9
2.9 Video.....	9
2.10 Kecanduan .....	9
2.10.1 Definisi Kecanduan .....	9
2.11 Media .....	9
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>11</b>
3.1 Perancangan Penelitian.....	11
3.1.1 Jenis Penelitian .....	11
3.1.2 Subjek Penelitian .....	11
3.1.3 Objek Penelitian .....	12
3.1.4 Lokasi Penelitian .....	12
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	13
3.2.1 Wawancara .....	13
3.2.2 Dokumentasi.....	14



3.2.3 Observasi .....	15
3.3 Teknik Analisa Data .....	15
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>18</b>
4.1 Hasil dan Analisis Data .....	18
4.1.1. Hasil Observasi.....	18
4.1.2 Hasil Wawancara.....	19
4.1.3 Hasil Dokumentasi .....	23
4.2 Reduksi Data.....	24
4.2.1 Observasi .....	25
4.2.2 Wawancara .....	26
4.2.3 Dokumentasi.....	27
4.2.4 Penyajian Data.....	27
4.2.5 Kesimpulan.....	29
4.3 Konsep Keyword .....	30
4.4 STP.....	30
4.4.1 <i>Segmenting</i> .....	31
4.4.2 Targeting .....	31
4.4.3 Positioning.....	31
4.5 USP .....	32
4.6 SWOT .....	33
4.7 Konsep Key Communication Message.....	34



4.8 Konsep Perancangan Karya .....	35
4.8.1 Tujuan Kreatif .....	35
4.8.2 Strategi Kreatif .....	35
4.9 Perencanaan Media Pendukung .....	47
4.9.1 Strategi Media Pendukung .....	47
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	51



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## Daftar Gambar

Gambar 4. 1 Wawancara Psikolog Remaja RSJ .....	20
Gambar 4. 2 Wawancara Konselor .....	21
Gambar 4. 3 Wawancara Psikolog Remaja.....	22
Gambar 4. 4 Wawancara Dinas Kominfo .....	23
Gambar 4. 5 Sosialisasi Anak dan Remaja Tentang Kesehatan Jiwa.....	23
Gambar 4. 6 Sosialisasi Remaja Tentang Bahaya Kecanduan Gadget .....	24
Gambar 4. 7 Tabel Perancangan Analisa SWOT.....	33
Gambar 4. 8 Bagan Keyword.....	34
Gambar 4. 9 Tiporafi.....	38
Gambar 4. 10 Storyboard scene 1-4.....	38
Gambar 4. 11 Storyboard scene 5-12.....	39
Gambar 4. 12 Storyboard scene 13-20.....	40
Gambar 4. 13 Storyboard scene 21-24.....	41
Gambar 4. 14 Tiporafi.....	41
Gambar 4. 15 Implementasi Video scene 1-8 .....	42
Gambar 4. 16 Implementasi Video scene 9-16 .....	43
Gambar 4. 17 Implementasi Video scene 17-20 .....	44
Gambar 4. 18 Implementasi Video scene 21-22 .....	44
Gambar 4. 19 Implementasi Desain Poster .....	47
Gambar 4. 20. Implementasi Desain Merchandise .....	47
Gambar 4. 21 Implementasi Desain x-banner.....	48

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Permainan merupakan sebuah kegiatan antara satu pemain dengan pemain lainnya yang mengikuti beberapa aturan-aturan yang berlaku untuk menggapai tujuan dan beberapa yang yang disepakati (Sadiman, 1993:75). Abad pada zaman saat ini, membuat banyak perkembangan tidak hanya dibidang teknologi namun juga dari bidang permainan. Kosakata permainanpun kini mengalami perubahan menjadi kata “*game*” dalam bahasa inggris yang disebut permainan. Namun hiburan dan rasa senang yang didapati ketika bermain *game* bisa menimbulkan rasa malas dan ketergantungan atau kecanduan, sehingga bisa membuat seseorang dengan mudahnya melupakan urusan utama atau hal yang diprioritaskan di dalam kehidupan sehari-harinya, terlebih pada remaja. Kecanduan dan ketergantungan adalah sifat yang menginginkan sesuatu agar dapat bekerja atau beraktifitas dengan baik menurut Tridhonanto (2011). Bila dihubungkan dengan penggunaan *smartphone*, ini bisa dihubungkan dengan ketergantungan atau kecanduan pada pengguna *smartphone*. Dari ketergantungan ini, menyebabkan seseorang tidak dapat melepas diri *smartphone*.

Ternyata gangguan jiwa pada remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone* sudah masuk pada wilayah kota surabaya, jumlah dari pasien dari rumah sakit jiwa Menur karena kecanduan game online meningkat. Oleh karena itulah sebagai upaya untuk mengurangi tingkat kecanduan dan meningkatkan kesadaran diri dalam bermain *game online* pada *smartphone* untuk remaja,

dilakukan sebuah perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun.

Perancangan ini menggunakan video iklan layanan masyarakat sebagai solusi karena menurut Khasali (1990:20) iklan layanan masyarakat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan tingkah laku dan adat kebiasaan masyarakat. Menurut Bitter (Liliweri, 1992:31) iklan layanan masyarakat yaitu jenis iklan yang bersifat non-profit atau tidak mencari keuntungan semata. Menurut Cecep (2013:64) video merupakan alat yang menampilkan informasi, proses dan menjelaskan konsep, memperagakan keterampilan, mempercepat dan melambatkan waktu dan juga untuk mempengaruhi sikap *audience*. Sehingga bila teknik perancangan video dengan iklan layanan masyarakat digabung akan menjadi suatu perancangan video iklan layanan masyarakat sebagai solusi untuk meningkatkan kesadaran remaja 12-15 tahun yang belum mengalami kecanduan maupun yang sudah mengalami kecanduan *game online* pada *smartphone*.

Melalui penelitian ini diharapkan bisa memberikan jalan keluar terhadap masalah kecanduan *game online* dengan memberi informasi kepada pengguna *smartphone* terutama remaja usia 12-15 tahun tentang dampak negatif kecanduan *game online*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam permasalahan ini bisa disimpulkan sebagai berikut : Bagaimana Merancang Video Iklan Layanan

Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *Game online* Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna *Smartphone* Bagi Remaja 12-15 Tahun.

### 1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam masalah ini dapat terfokus dan tidak terlalu melebar, maka diperlukan batasan-batasan mengenai permasalahan yang ada yaitu :

1. Merancang Video Iklan Layanan Masyarakat ini berisi konten tentang dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone*
2. Target *audience* adalah remaja usia 12-15 tahun pengguna *game online* pada *smartphone*.

Adapun media pendukung lainnya adalah sebagai berikut :

1. Merancang desain poster tentang dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone*.
2. Merancang X-Banner berisi informasi dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone*.
3. Stiker dan gantungan kunci sebagai *merchandise*.

### 1.4 Tujuan

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari perancangan ini yaitu merancang Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *game online* Pada *smartphone* yang ditujukan kepada remaja usia 12-15 tahun pengguna *game online* pada *smartphone* sebagai sarana informasi, pencegahan, dan antisipasi.



## 1.5 Manfaat

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan video iklan layanan masyarakat uni sebagai berikut :

1. Dapat memberi ilmu pengetahuan tentang bagaimana merancang video iklan layanan masyarakat

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Masyarakat terutama remaja usia 12-15 tahun pengguna *smartphone* dapat memainkan *game online* dengan bijak dan benar.
2. Sebagai edukasi remaja agar bermain *game online* pada *smartphone* secara bijak dan tidak berlebihan.
3. Memberi penambahan pengetahuan tentang dampak negatif kecanduan *game online* pada remaja usia 12-15 tahun pengguna *smartphone*
4. Orang tua diharapkan membatasi pembelian kuota pada anak untuk bermain *game online*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Supaya dapat mendukung Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *Game online* Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna *smartphone* Bagi Remaja 12-15 Tahun maka dibutuhkan beberapa teori dan juga konsep yang dapat diterima sebagai pokok pembahasan dan juga sebagai literatur, supaya penciptaan buku ini lebih kuat, ilmiah dan dapat dipertanggung jawabkan.

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang diambil sebagai acuan ada dua, penelitian terdahulu yang pertama dibuat oleh mahasiswa jurusan Psikologi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang bernama Awiya Rahma dengan judul **Interaksi Sosial Pada Remaja Kecanduan *Game online***. Dan tujuan dari penelitian tersebut sebagai upaya mendeskripsikan dan menjelaskan secara rinci interaksi sosial pada remaja yang kecanduan *game online*. Dan penelitian terdahulu yang kedua dibuat oleh mahasiswa jurusan Sosiologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang bernama Romadhon Egi Dwi Cahyo dengan judul **Dampak Kecanduan *Game online* Pada Kalangan Remaja di Kelurahan Sidotopo Wetan Kecamatan Kenjeran Surabaya**. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimanakah dampak kecanduan *game online* bagi para keluarga pecandu, masyarakat sekitar dan untuk para remaja itu sendiri.

Perbedaan dengan penelitian yang dirancang peneliti dengan penelitian terdahulu oleh Awiya Rahma dan Romadhon Egi Dwi Cahyo adalah bahwa penelitian ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* tentang dampak negatif akibat kecanduan *game online* pada remaja usia 12-15 tahun.

## **2.2 Game online**

Berdasarkan pendapat Bobby Bodenheimer (1999: 129), *game online* adalah sejenis perangkat permainan terhubung melalui jaringan yang bisa dimainkan setiap waktu dan dimana saja serta mampu dimainkan secara tim atau berkelompok dari seluruh belahan dunia lain dan dari *game online* itu sendiri mampu menampilkan tampilan yang menarik seperti yang diinginkan, yang didukung oleh *system computer*.

## **2.3 Remaja**

### **2.3.1 Definisi Remaja**

Remaja adalah masa pertumbuhan menuju dewasa yang dikenal dengan istilah *adolensence* yang berarti kematangan mental, emosional fisik dan sosial (Hurlock, 1992). Karena itu, remaja merupakan peralihan dari anak menuju dewasa namun belum mendapat status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Dari karakteristik seseorang yang masih dalam usia 12 sampai 15 tahun masih dalam tahap remaja yang sangat mudah dibentuk oleh orang tua dan lingkungan tempat tinggal sehingga peran orang tua sangat penting dalam pembentukan karakter seorang anak yang masih dalam proses belajar dan berkembang. Masa awal remaja adalah masa transisi perkembangan yang meliputi tidak hanya dimensi fisik, namun

juga terjadi perubahan dalam dimensi kognitif dan kompetensi sosial, otonomi, *self-esteem*, dan *intimacy* (Papalia, 2004).

## **2.4 Iklan**

### **2.4.1 Definisi Iklan**

Iklan adalah sebuah kegiatan yang menawarkan sebuah produk atau jasa yang ditunjukkan kepada khalayak ramai atau masyarakat melalui suatu media. Iklan terbagi menjadi tiga macam yaitu : iklan komersial, iklan non-komersial dan iklan *corporate*. Iklan non-komersial memiliki tujuan yang tidak untuk mencari keuntungan seperti iklan orang hilang, iklan mencari jodoh, iklan undangan tender, iklan lowongan kerja, iklan berkabung dan lain sebagainya. Hal ini menurut Madjadikara (2004). Namun dalam penelitian ini hanya akan mengambil iklan non-komersial yang bertujuan untuk kepentingan dan pelayanan kepada masyarakat. Iklan ini biasanya disebut dengan iklan layanan masyarakat.

### **2.5 Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat yang sering disingkat ILM adalah sebuah jenis periklanan yang dikerjakan oleh suatu organisasi komersial dan non-komersial guna mencapai suatu tujuan sosial terlebih untuk kesejahteraan, kemakmuran ataupun kebaikan masyarakat. Iklan layanan masyarakat menurut Bitter adalah sejenis iklan yang bersifat non-profit atau tidak mencari keuntungan semata akibat pemasangannya kepada khalayak ramai atau masyarakat. (Liliweri, 1992:31).

#### **2.5.1 Isi Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan layanan masyarakat pada umumnya berisi ajakan atau juga himbuan kepada masyarakat untuk melakukan sebuah tindakan demi kepentingan umum atau

mengubah suatu kebiasaan dan perilaku masyarakat . Dan juga iklan layanan masyarakat adalah bagian dari kampanye sosial marketing yang memiliki tujuan untuk menjual gagasan maupun ide untuk kepentingan dan pelayanan masyarakat (Khasali 1990)

## 2.6 Storyboard

Storyboard adalah sebuah susunan gambar manual yang di rancang secara keseluruhan sehingga memvisualkan suatu cerita. Storyboard bisa disebut sebagai deskripsi dari setiap scene yang secara detail memvisualkan objek multimedia serta perilakunya. Dengan menggunakan storyboard, pengarang cerita bisa lebih memudahkannya dalam menyampaikan ide gagasan cerita kepada orang lain (Sutopo, 2003).

## 2.7 Camera Angle

Suatu video tercipta dari sekian banyaknya shot atau bisa disebut pengambilan gambar atau *camera angle* (ImanJaya, 2006 : 4). Setiap pengambilan gambar dibutuhkan posisi penempatan kamera yang paling baik bagi pandangan penonton. Hal ini disebut sebagai *camera angle*. Istilah ini berlaku pada pengambilan foto maupun video. Penentuan angle secara pas dan tepat tentu akan menciptakan shot yang bagus, baik, dan juga mampu mempengaruhi emosi dan psikologi penonton ( Biran, 1986 : 8).

Sudut pengambilan gambar menurut Bonafix Nunnun (2011:851) yang akan dipakai adalah *Eye Level / Normal Angle* Pengambilan gambar mengambil sudut sejajar dengan mata objek yang memperlihatkan pandangan mata seseorang yang berdiri.

## 2.8 Storyline

*Storyline* adalah suatu konsep gagasan cerita yang dibuat dalam bentuk teks atau susunan cerita. Didalam ceritapun harus ditata dalam susunan tertentu. Susunan tersebut terbagi menjadi tiga bagian yaitu permulaan, tengah, dan akhir peristiwa (Nurgiantoro, 2005 : 142)

## 2.9 Video

Menurut Cecep (2013:64) video adalah alat yang menunjukkan informasi, proses dan menjelaskan konsep, memperagakan keterampilan, mempercepat dan melambatkan waktu dan juga untuk mempengaruhi sikap *audience*. Sehingga bila teknik perancangan video dengan iklan layanan masyarakat digabung akan menjadi suatu perancangan video yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat.

## 2.10 Kecanduan

### 2.10.1 Definisi Kecanduan

Kecanduan adalah suatu aktivitas atau substansi yang dilakukan berulang-ulang dan dapat menimbulkan dampak negatif. Contoh dari kecanduan bisa bermacam-macam. Bisa ditimbulkan akibat zat atau aktivitas tertentu, seperti judi, *overspending*, *shoplifting*, aktivitas seksual dan sebagainya. Salah satu perilaku yang termasuk di dalamnya adalah ketergantungan *video games*. Akan sangat mudah dipahami bagaimana hal tersebut menjadi permulaan dimana pecandu game online kehilangan dukungan sosial yang lingkungannya menurut Abrams dan Niaura (1987)

## 2.11 Media

Tujuan media yaitu memiliki sebuah pesan yang bertujuan untuk disampaikan kepada *audience*. Jenis media terbagi menjadi 3 jenis yaitu media

visual, media audio dan media audio visual (Kotler, 2012). Media visual seperti *x-banner*, poster dan *merchandise* berperan sebagai media pendukung untuk mengkomunikasikan pesan secara singkat yang dapat dicerna secara mudah dan bisa diterima kepada *audience*

### 2.12 Editing

Editing menurut Nardi (1977:47) yaitu suatu proses yang memilih dan menyusun kembali potongan gambar yang telah diambil saat proses merekam, bila tidak melalui proses editing hasil gambar tidak akan menjadi maksimal dan *audience* merasa cepat bosan.

### 2.13 Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang secara detail mempelajari segala hal tentang huruf. Sebuah disiplin ilmu seni yang mempelajari pengetahuan tentang huruf. Sama halnya dengan musik, tipografi juga bersifat abstrak. Tipografi tidak dapat berdiri sendiri karena terikat dengan bidang ilmu lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi dan lain sebagainya (Rustan 2011). Jenis tipografi yang digunakan pada perancangan video iklan layanan masyarakat ini yaitu *Hacked* yang dibuat oleh David Libeau. Tipografi ini menggambarkan sebuah keadaan normal yang telah rusak dan kemudian berubah menjadi penggambaran sebuah situasi yang sulit untuk diperbaiki lagi, sehingga jenis tipografi ini cocok sebagai tipografi utama dalam perancangan video iklan layanan masyarakat ini. Hal ini berdasarkan situs [urbanfonts.com](http://urbanfonts.com)

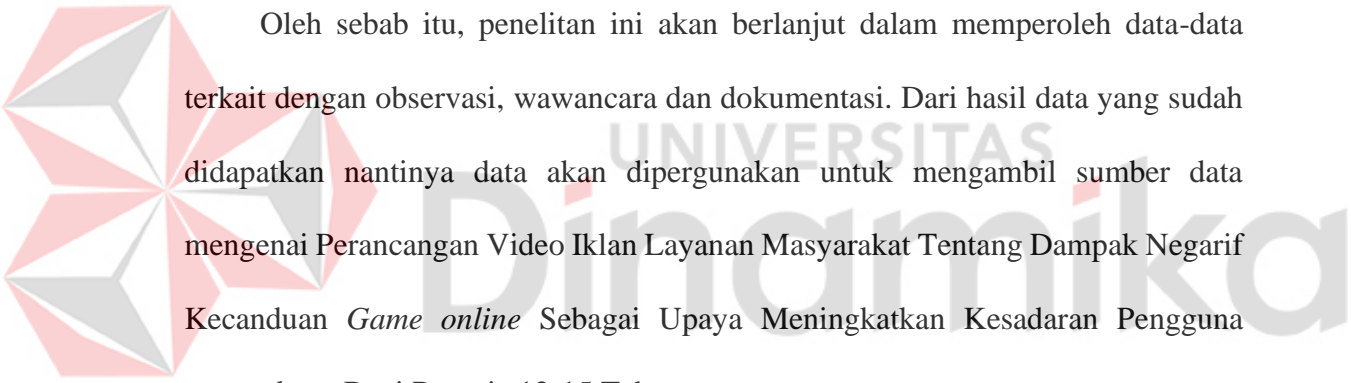
## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Perancangan Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif lebih menekankan kepada data-data berupa kata, gambar dan lain-lain tapi bukan termasuk angka-angka (Moleong, 2007 : 11).



Oleh sebab itu, penelitian ini akan berlanjut dalam memperoleh data-data terkait dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil data yang sudah didapatkan nantinya data akan dipergunakan untuk mengambil sumber data mengenai Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *Game online* Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna *smartphone* Bagi Remaja 12-15 Tahun.

##### **3.1.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah para pakar dari segi psikologi remaja (Ibu Lisa Airani, S.Psi., Psikolog / Kepala Instalasi Psikologi Rumah Sakit Jiwa Menur) (Ibu Fitri M.Pd., Kons. / Konselor Universitas Dinamika) (Ibu Ratna Puspita Sari, M.Med.Kom / Dosen Psikologi dan Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Stikosa-AWS), Pakar dalam bidang teknologi dan informatika (Bapak Moch Sumar Hariyanto / Kepala Pengelolaan Komunikasi Publik Kominfo). Tujuan dari keempat sumber ini sebagai penguat untuk penelitian ini dan menunjang pengerjaan



karya yang akan menjadi media iklan layanan masyarakat untuk mengingatkan tentang bahaya kecanduan *game online* pada *smartphone* secara kreatif dan interaktif. Dan tujuan lain dari subjek penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memastikan lebih mendalam akan bahaya kecanduan *game online* terhadap psikologi remaja dan desain media yang mampu dan bisa diterima oleh remaja.

### 3.1.3 Objek Penelitian

Menurut pendapat Husein Umar (2005:303) objek penelitian adalah sasaran yang digunakan untuk memperoleh data yang sesuai. Metode ini merupakan metode yang menjelaskan tentang apa, siapa yang menjadi objek penelitian, dimana, dan kapan penelitian dilakukan. Objek yang diteliti dalam perancangan ini adalah remaja usia 12-15 tahun pengguna *smartphone* pada *game online* melalui metode kualitatif.

### 3.1.4 Lokasi Penelitian

Berdasarkan pendapat Moleong (2005:128) lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam mendapatkan data-data yang akurat.

Tempat penelitian yang dituju adalah Rumah Sakit Jiwa Menur di jalan Raya Menur No.120 Kertajaya Gubeng, Surabaya, Jawa Timur untuk mendapatkan informasi tentang remaja penderita kecanduan *game online* pada *smartphone*, gejala-gejala yang ditimbulkan oleh anak remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone* dan tempat yang dipilih sebagai tempat penelitian utama melakukan penelitian maupun untuk mendapatkan informasi-informasi penting

yang terkait dengan remaja pengguna *smartphone* khususnya dalam *game online* dan karakteristik remaja pengguna *smartphone* pada *game online* usia 12-15 tahun. Lokasi penelitian yang kedua yaitu Dinas Kominfo Surabaya, Bertempat di Jl. Jimero No. 25-27, ketabang, kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur untuk mendapatkan informasi tentang keberadaan *game online* pada *smartphone* dan data pengguna *smartphone* usia remaja yang ada di Surabaya.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Didalam penelitian kualitatif deskriptif, data yang akan dikumpulkan hanyalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data yang didapatkan berawal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, video, foto, catatan atau memo dan dokumen lainnya. Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan informasi maupun data yang dibutuhkan dari narasumber yang bersifat factual dan kualitatif supaya mampu menyelesaikan sebuah masalah saat kegiatan penelitian berlangsung (Moleong, 1998 : 6). Oleh sebab itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

#### **3.2.1 Wawancara**

Metode ini dilakukan karena sebab memiliki tujuan sebagai salah satu dari cara peneliti untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih banyak, mendalam dari narasumber yang secara garis besar mampu memahami pembahasan dalam perancangan yang akan dibuat ini. Wawancara diperoleh dengan acuan pengamatan atau perangkat lain yang diperoleh dari proses hingga selesai (Adi, 2004 : 73). Adapun info dari narasumber yang didapat melalui tanya jawab atau *interview*, diharap mampu memberikan informasi yang lebih mendalam, agar peneliti lebih

bisa memahami terkait remaja umur 12-15 tahun pengguna *game online* pada *smartphone* saat ini. Yang menjadi subjek untuk penelitian ini adalah para pakar dari :

1. Psikologi Anak dan Remaja yaitu ibu Lisa Airani, S.Psi., Psikolog. Data yang dibutuhkan seperti penyebab terjadinya kecanduan *game online* pada *smartphone* yang terjadi pada remaja dan dampak negatif apa saja yang akan diterima oleh pecandu game online, mulai dari dampak yang ringan hingga yang berat. Dan juga info mengenai karakteristik remaja dan lain sebagainya.
2. Konselor Remaja yaitu ibu Fitriyah M.Pd., Kons. Data yang dibutuhkan seperti faktor-faktor penyebab terjadinya kecanduan *game online* pada *smartphone* yang terjadi pada remaja dan lain sebagainya.
3. Pakar Psikologi Remaja dan selaku Dosen Psikologi yaitu ibu Ratna Puspita Sari, M.Med.Kom. Data yang dibutuhkan seperti penyebab-penyebab terjadinya kecanduan *game online* pada *smartphone* yang terjadi pada remaja. Karakteristik remaja seperti apa dan lain sebagainya.
4. Pakar Komunikasi dan Informatika pak Moch Sumar Hariyanto. Data yang dibutuhkan yaitu penjelasan kenapa Indonesia banyak kasus kecanduan *game online* pada *smartphone* bagi remaja. Penjelasan tentang perhatian pemerintah dan masyarakat menanggapi beragam kasus kecanduan *game online* pada *smartphone* bagi remaja.

### 3.2.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi ini mempunyai tujuan sebagai catatan peristiwa yang sudah terjadi dan dokumen yang terkait bisa penelitian berbentuk tulisan, gambar

atau karya dari objek penelitian terkait (Sugiyono, 2007 : 213). Hasil yang didapat dari observasi ataupun wawancara akan lebih valid bila digabungkan dengan beberapa dokumen yang sudah ada. Dokumentasi tersebut akan diperoleh dari Rumah Sakit Jiwa Menur, dari Dinas Kominfo Surabaya dan dokumentasi peneliti ditempat observasi dan wawancara dengan narasumber terkait.

### 3.2.3 Observasi

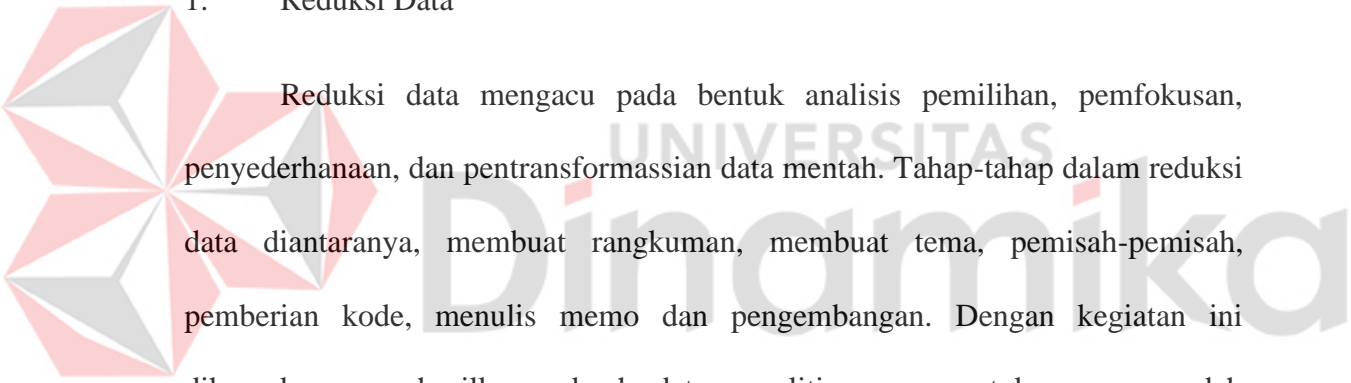
Observasi memiliki tujuan utama, antara lain mengamati subjek maupun objek penelitian yang membuat peneliti bisa memahami kondisi yang sebenarnya terjadi. Data yang diperoleh nantinya akan bermanfaat sebagai dasar dalam menentukan hal yang paling penting dan harus diperhatikan dalam membuat video iklan layanan masyarakat. Observasi dilakukan untuk mengetahui bahaya kecanduan *game online* pada *smartphone* untuk remaja usia 12-15 tahun. Tempat observasi pada penelitian ini yaitu Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya dan Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Data yang akan diambil dari Rumah Sakit Jiwa Menur berupa apakah ada pasien yang mengalami gangguan jiwa karena bermain *smartphone* di Surabaya, dampak apa saja yang akan diterima oleh anak remaja yang kecanduan bermain *game online* pada *smartphone*. Kemudian data yang akan diambil dari Dinas Kominfo yaitu apakah sudah ada langkah atau penanganan mengenai anak remaja yang kecanduan *game online*, dan data pengguna *smartphone* remaja remaja.

### 3.3 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses dari mencari dan menyusun secara sistematis data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan

bahan-bahan lain sehingga bisa mudah untuk dimengerti dan temuannya bisa diinformasikan kepada masyarakat (Sugiyono 2013 : 244). Teknik ini adalah cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan penalaran yang didasarkan pada data yang sudah dikumpulkan mengenai *setting* sosial atau mengenai suatu fenomena dan kenyataan sosial. Setelah data dan informasi yang dibutuhkan sudah terkumpul, maka dilakukan pengolahan atau analisis data yang mencakup reduksi data, model data, dan penarikan atau verifikasi kesimpulan (Huberman, 2009 : 23)

#### 1. Reduksi Data



Reduksi data mengacu pada bentuk analisis pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan pentransformasian data mentah. Tahap-tahap dalam reduksi data diantaranya, membuat rangkuman, membuat tema, pemisah-pemisah, pemberian kode, menulis memo dan pengembangan. Dengan kegiatan ini diharapkan menghasilkan sebuah data penelitian guna untuk mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data (Sugiyono, 2007 : 15).

#### 2. Model data / Penyajian data

Penyajian data adalah kumpulan informasi tersusun yang memperbolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan yang akhirnya hasil data tersebut bisa disajikan berupa gambar, foto, video, grafik, dan table. Bentuk penyajian data ini berjenis kualitatif yaitu menyajikan data dengan teks dengan teks yang bersifat naratif berbentuk catatan di lapangan. Penyajian data tersebut mencakup berbagai jaringan seperti grafik, matrik, jenis dan sebuah bagan, kemudian semua hasil

tersebut ditata menjadi kumpulan informasi untuk mengilustrasikan kesimpulan dan pengambilan suatu tindakan, supaya mudah dipahami agar nantinya menjadi suatu informasi yang dapat dirangkum dan mempunyai maksud tertentu (Yusuf 2014 : 408).

### 3. Verifikasi kesimpulan

Pada Tahap selanjutnya adalah verifikasi kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan temuan secara faktual dan kualitatif untuk melakukan verifikasi data. Pada dasarnya, kesimpulan awal yang sudah didapatkan masih bersifat sementara dan kesimpulan tersebut akan diubah menjadi kesimpulan akhir bila peneliti menemukan suatu fakta dan bukti baru, inilah yang dimaksud dengan verifikasi data. Setelah semua tahapan terkait diperoleh barulah peneliti bisa menarik kesimpulan dan juga mendapatkan beragam *keyword* yang dibutuhkan oleh peneliti yang selanjutnya akan dikembangkan lagi menjadi sebuah konsep pada perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negative kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

Di bab ini akan dibahas tentang hasil dan analisis data yang telah dirangkum, dimulai dari observasi, wawancara, dokumentasi, reduksi data pada penelitian ini hingga masuk kedalam pembahasan, dan tahap-tahap didalam merancang video iklan layanan masyarakat tersebut.

#### 4.1 Hasil dan Analisis Data

##### 4.1.1. Hasil Observasi

Dari Observasi yang dilakukan pada Rumah Sakit Jiwa Menur Surabaya bagian Psikologi Anak dan Remaja untuk mengetahui gejala kecanduan *game online* dan dampak terburuk yang didapat dari kecanduan *game online* pada remaja. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Rumah Sakit Jiwa Menur, diketahui remaja yang mengalami kecanduan pada *smartphone* percaya bahwa mereka bisa menemukan kepuasan diri dengan bermain *smartphone*, penggunaan *smartphone* yang berlebihan akan memiliki efek psikologis yang negatif bagi remaja. Pada tahun ini jumlah pasien akibat kecanduan *game online* semakin meningkat dan rentang usia pasien anak-anak maupun remaja adalah dari usia 4 tahun sampai 18 tahun.

Dan dari hasil observasi yang dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Surabaya, diketahui bahwa belum ada penanganan khusus untuk anak-anak dan remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone*, seperti pembuatan iklan layanan masyarakat tentang bahaya kecanduan *game online* pada *smartphone*.

#### 4.1.2 Hasil Wawancara

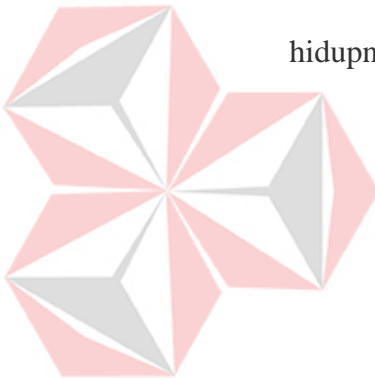
Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui kenapa banyak remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone* dan dampak negatif apa yang dapat terjadi dari kecanduan *game online*. Melalui narasumber-narasumber yang ada, telah didapatkan data, pendapat dan pernyataannya mengenai remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone*. Narasumber-narasumber terkait yang sudah diwawancarai oleh peneliti adalah :

1. Pakar Psikologi Anak dan Remaja yaitu ibu Lisa Airani, S.Psi., Psikolog mengatakan bahwa kecanduan *game online* ada karena adanya kesempatan dalam mengaksesnya. Ketika adanya rasa puas dari bermain *game* di *smartphone*, maka mulai ada rasa senang terhadap sesuatu dan tidak bisa lepas dari hal itu, maka gejala kecanduan akan muncul. Ternyata hanya media permainan atau *game* yang dapat memuaskan kebosanan yang dialami, karena merasa tidak ada media yang bisa menyalurkan rasa ingin bermain, akhirnya terjebak di kegiatan bermain secara intensif. Kecanduan *game* bisa saja terjadi di perangkat lain seperti konsol *game*, namun proses menuju kecanduan terbilang lebih lambat namun akses untuk bermainnya hanya bisa pada waktu tertentu. Di sisi lain, kenyamanan dan kenikmatan tertentu hanya bisa diperoleh ketika bermain *game online*, sehingga memperbesar peluang seorang anak bermain dan akhirnya mempengaruhi psikologis dan kebiasaan sampai mengalami kecanduan. Dari tanda-tanda kecanduan yang telah diketahui, maka dampak negatif yang akan diterima oleh remaja yang mengalami kecanduan *game online* pada *smartphone* adalah sebagai berikut :



1. Cemas, frustasi dan marah ketika tidak melakukan permainan.
2. Mulai kehilangan batas waktu penting dalam hidup remaja tersebut, seperti waktu untuk keluarga lebih sedikit.
3. Perlahan-lahan menarik diri dari rutinitas kehidupan anak normal.
4. Mulai mengabaikan hubungan sosial dengan teman-temannya.
5. Kehidupan menjadi tidak terkendali
6. Melupakan kehidupan sebenarnya

Akhirnya kecanduan *game online* dapat disimpulkan sebagai gangguan psikis yang sering tidak diakui keberadaannya. Sesuatu yang dianggap lumrah karena hampir semua orang pernah bermain *game online* dalam hidupnya.



Gambar 4. 1 Wawancara Psikolog Remaja RSJ  
Sumber : Dokumen Peneliti 2019

2. Konselor Remaja yaitu ibu Fitriyah M.Pd., Kons. Mengatakan bahwa kecanduan seorang anak remaja dipengaruhi oleh pola didik dari orang tua, semua orang bisa menjadi orang tua tapi belum tentu siap menjadi orang tua. Maka di sinilah salah satu pintu menuju kecanduan dan gangguan jiwa berawal. Seorang anak yang tidak dibimbing dan diawasi

oleh orang tuanya, maka dia akan mudah terjerumus ke dalam kegiatan yang tidak sehat dan tidak normal. Supaya anak tidak terjerumus kedalam kecanduan *game online*, maka harus dimulai dari lingkungan keluarga dan lingkungan sekitar. Seperti halnya rumah, bila dari pondasinya sudah kuat, maka tidak akan mudah rubuh.



Gambar 4. 2 Wawancara Konselor  
Sumber : Dokumen Peneliti 2019

3. Pakar Psikologi Remaja dan selaku Dosen Psikologi yaitu ibu Ratna Puspita Sari, M.Med.Kom mengatakan bahwa pada usia remaja seorang anak masih dalam pembentukan kepribadian, karena itu anak-anak pada usia tersebut rentan untuk mengalami kecanduan dan gangguan jiwa. Pada usia remaja, mereka masih meniru apa yang mereka lihat, mereka dengar dari apa yang ada di sekitar mereka. Mereka melihat ada hal yang seolah-olah bisa memuaskan apa yang mereka inginkan. Pada usia remaja, umur dimana seseorang ingin tetap bisa bersenang-senang dengan melakukan sesuatu, tentu jawabannya adalah dengan cara bermain. Permainan tradisional atau permainan modern berbasis *online* akan selalu ada yang namanya kecanduan, akan tetapi situasinya sekarang berbeda. Dulu anak

remaja kecanduan menonton TV dirumah. Maksudnya seperti dulu bila ingin mendapatkan informasi secara gratis, cepat dan banyak, TV adalah salah satu media yang sangat efisien untuk hal itu pada waktu dulu. Namun sekarang, informasi yang cepat dan gratis bisa lebih mudah diakses melalui media sosial, salah satunya melalui *smartphone* yang sangat mudah diakses dimana saja dan kapan saja.



Gambar 4. 3 Wawancara Psikolog Remaja  
Sumber : Dokumen Peneliti 2019

4. Pakar Komunikasi dan Informatika pak Moch Sumar Hariyanto selaku Kepala Pengelolaan Komunikasi Publik Kominfo Surabaya menjelaskan di era informasi saat ini, *smartphone* sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik dalam komunikasi maupun hal lainnya, bahkan seseorang bisa memiliki lebih dari satu *smartphone*, untuk beberapa kebutuhan. Namun masyarakat belum memahami dampak yang bisa terjadi, bila mereka tidak bisa lepas dari penggunaan intensif *smartphone*. Belum ada penanganan serius untuk anak yang kecanduan *game online* pada *smartphone*, pak Sumar mengatakan karena belum ada undang-undang dalam mengatur tentang *game online*. Belum lagi kegiatan E-sport

yang sudah diterapkan di Indonesia, padahal bila dilihat dari kasus anak yang kecanduan dan gangguan jiwa karena bermain *game online*, Indonesia belum siap dalam menerapkan sistem ini pada remaja.



Gambar 4. 4 Wawancara Dinas Kominfo  
Sumber : Dokumen Peneliti 2019

#### 4.1.3 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi berupa kegiatan penyuluhan dari Rumah Sakit Jiwa Menur kepada remaja-remaja tentang penggunaan *smartphone* secara baik dan benar bahan dokumentasi terkait permasalahan yang diambil.



Gambar 4. 5 Sosialisasi Anak dan Remaja Tentang Kesehatan Jiwa  
Sumber : RSJ Menur 2019

Rumah Sakit Jiwa Menur sudah melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah tentang bagaimana menjaga agar kesehatan jiwa anak-anak dan remaja dapat terjaga. Kegiatan ini mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat.



Gambar 4. 6 Sosialisasi Remaja Tentang Bahaya Kecanduan Gadget  
Sumber : RSJ Menur 2019

Penyuluhan dari Rumah Sakit Jiwa Menur agar para remaja dapat mengendalikan diri dalam menggunakan *gadget* atau *smartphone* sudah dilakukan guna mencegah terjadinya kecanduan penggunaan *smartphone* tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan *smartphone* saat ini menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari.

#### 4.2 Reduksi Data

Berdasarkan data yang sudah didapatkan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka dalam tahap ini peneliti akan melakukan reduksi data agar mendapatkan hasil akhir dari apa yang sudah diamati dan diteliti melalui sub bab sebelumnya yang telah dijabarkan.



#### 4.2.1 Observasi

Dari hasil reduksi data pada tahap observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti pada Rumah Sakit Jiwa Menur bahwa remaja yang mengalami kecanduan sampai gangguan jiwa karena bermain *game online* pada *smartphone* karena mereka percaya bahwa mereka bisa menemukan kepuasan diri dengan bermain *game online* pada *smartphone*. Bila penggunaannya berlebihan akan memiliki efek psikologis yang negatif. Salah satu pemicu kenapa hal ini bisa terjadi, karena adanya akses *game online* pada *smartphone* yang begitu mudah, menjadi jalan masuk seorang remaja menuju dunia *game*. *Smartphone* yang seharusnya menjadi sarana komunikasi dan informasi yang efisien, mulai tergeser dengan fasilitas hiburan yang terdapat pada *smartphone* tersebut. Kemudahan dalam menggunakan *smartphone*, menjadi salah satu faktor kenapa *smartphone* sering digunakan setiap hari. Seorang remaja yang masih dalam tahap perkembangan menuju kedewasaan, akhirnya sulit untuk berpikir dalam menentukan kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Bermain *game online* yang awalnya adalah kegiatan sampingan dalam mengisi waktu luang, akhirnya menjadi kebiasaan yang sulit dihentikan dan akhirnya menjadi kewajiban, maka hal ini dianggap sebagai kecanduan. Pada tahun ini, jumlah pasien akibat kecanduan *game online* dari usia 4 sampai 18 tahun. Fenomena ini seperti fenomena gunung es, karena yang nampak hanya sebagian kecil, namun yang tidak nampak bisa lebih dari itu. Dari data yang ada di Rumah Sakit Jiwa Menur, ternyata ada orang tua yang anaknya ketika sudah berusia enam bulan, sudah diberi hiburan melalui *smartphone*. Sang anak yang sudah terbiasa diberi hiburan lewat *smartphone*, akhirnya tak bisa lepas dari *smartphone*. Dan Dari Dinas Kominfo Surabaya pun, ternyata belum ada penanganan khusus karena

belum ada undang-undang maupun peraturan dari pemerintah terkait *game online* pada *smartphone*. Pihak Kominfo Surabaya sudah banyak berkontribusi dalam pembuatan iklan layanan masyarakat, bahkan sudah ada tim khusus yang menangani pembuatan iklan layanan masyarakat, namun untuk masalah remaja kecanduan *game online* pada *smartphone*, pihak kominfo belum bertindak sejauh itu. Oleh karenanya pihak kominfo setuju bila masalah kecanduan *game online* ini dibuatkan video iklan layanan masyarakat.

#### 4.2.2 Wawancara

Data Reduksi dari kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa pakar dalam bidang yang mereka miliki, maka hal pertama dalam hal ini, menurut pakar psikologi bahwa kecanduan bermain *game online* pada *smartphone* bagi remaja terjadi dikarenakan fasilitas dan akses yang mempermudah seorang remaja dalam memainkan sebuah *game online*. Dalam mengakses sebuah *game online*, kini tidak perlu waktu lama, dengan sebuah *smartphone* yang sudah memiliki akses aplikasi *game online*, maka seseorang tidak perlu lagi memainkan *game online* melalui perangkat berat seperti komputer dan laptop yang membutuhkan waktu yang cukup lama dan tempat untuk mengaksesnya. Permainan *game online* yang semakin hari semakin mudah untuk diakses menjadikan seorang remaja bisa mengakses *game online* pada *smartphone* kapan saja dan dimana saja. Disinilah salah satu pintu menuju kecanduan *game online* berawal. Bila kecanduan bermain *game online* pada *smartphone* bagi remaja tidak diberi perhatian khusus, maka kasus anak remaja kecanduan *game online* pada *smartphone* akan terus terjadi bahkan akan meningkat sampai pada tingkatan gangguan jiwa

Dari pakar Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa belum ada penanganan serius terkait maraknya kecanduan *game online*, karena belum ada undang-undang yang mengatur tentang *game online*. Dan belum lagi program kegiatan E-sport yang sudah diterapkan di Indonesia, padahal bila dilihat dari kasus anak yang kecanduan dan gangguan jiwa karena bermain *game online*, maka Indonesia belum siap dalam menerapkan program kegiatan ini pada remaja.

#### 4.2.3 Dokumentasi

Data hasil dokumentasi yang telah didapatkan, ditemukan informasi bahwa penyuluhan dari Rumah Sakit Jiwa Menur kepada anak-anak dan remaja sekolah tentang penggunaan *smartphone* secara bijak sudah dilakukan. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir dampak dari kecanduan bermain *smartphone*, apalagi sekarang *smartphone* dilengkapi dengan aplikasi *game online* yang mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja. Maka para orang tua setuju dengan kegiatan ini, agar anak-anak maupun remaja paham dengan bahaya dari penyalahgunaan *smartphone* untuk bermain *game*. Maka dari informasi ini akan menjadi sebuah acuan dalam perancangan dan pembuatan video iklan layan masyarakat ini.

#### 4.2.4 Penyajian Data

Berdasarkan dari data yang didapatkan oleh peneliti melalui kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan melalui sebuah Lembaga kesehatan dan Dinas terkait dan juga dari para pakar dalam bidangnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Anak-anak pada usia remaja rentan untuk mengalami kecanduan dan gangguan jiwa disebabkan oleh bermain *game online* pada



*smartphone*, karena pada usia remaja pada sisi psikologis, seseorang masih dalam pembentukan kepribadian. Pada usia ini, mereka masih meniru apa yang mereka lihat dan mereka dengar dari apa yang ada di sekitar mereka. Ditambah dengan lingkungan yang mendukung terjadinya kecanduan bermain *game online* pada *smartphone*, sehingga dalam perancangan video iklan layanan masyarakat yang akan dibuat, akan diperlihatkan visual dari lingkungan remaja yang mengalami kecanduan game online

2. Akses dalam bermain *game online* kini semakin mudah dengan adanya *smartphone* yang bisa dimainkan setiap saat, sehingga intensitas bermain *game online* semakin meningkat, menjadikan seorang remaja mudah mengalami kecanduan *game*. Maka ini akan menjadi salah satu faktor mengapa bisa terjadi kecanduan game online yang nantinya akan diperlihatkan pada perancangan video iklan layanan masyarakat yang dibuat.
3. Menyajikan konten video dengan visual efek dan efek video yang menarik untuk anak remaja usia 12-15 tahun sehingga tertarik untuk melihat dan memahami konten dari video iklan layanan masyarakat ini.
4. Karena belum ada penanganan serius terkait *game online*, karena belum ada undang-undang maupun peraturan dari pemerintah tentang *game online*. Sehingga kasus remaja yang kecanduan *game online* akan semakin banyak terjadi. Maka video iklan layanan masyarakat



ini akan menjadi media yang mengingatkan tentang dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone*.

5. Konten dari video iklan layanan masyarakat yang akan dibuat, tidak menyudutkan satu pihak dan bermaksud untuk mengajak dan juga sebagai upaya meningkatkan kesadaran para remaja agar bijak dalam menggunakan *smartphone* untuk bermain.

#### 4.2.5 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisa pada data yang sudah dijabarkan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan bahwa kecanduan *game online* pada *smartphone* bagi remaja disebabkan oleh penggunaan *smartphone* yang berlebihan, orang tua yang tidak terlalu mengontrol kegiatan anaknya, lingkungan yang mendukung terjadinya kecanduan bermain *game online* pada *smartphone*, sehingga bisa mengakibatkan dampak negatif mulai dari cemas, frustrasi dan marah ketika tidak melakukan permainan, mulai kehilangan batas waktu penting dalam hidup remaja tersebut, seperti waktu untuk keluarga lebih sedikit, perlahan-lahan menarik diri dari rutinitas kehidupan anak normal, mulai mengabaikan hubungan sosial dengan teman-temannya, kemudian kehidupan menjadi tidak terkendali dan akhirnya melupakan kehidupan sebenarnya.

Oleh karena itu, sebagai upaya mencegah dan menanggulangi remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone*, maka dibuatlah perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun. Video iklan layanan masyarakat ini nantinya akan berisi tentang dampak negatif apa saja

yang akan terjadi dan dialami oleh remaja yang mengalami kecanduan bermain *game online* pada *smartphone*.

### 4.3 Konsep Keyword

Supaya mendapatkan hasil atau kata kunci yang sesuai maka diperlukan analisa melalui *segmenting, targeting, positioning* (STP), setelah itu dilanjutkan dengan *unique selling proposition* (STP), dan akhirnya masuk pada *tahap strength, weakness, opportunity* dan *threat*.

### 4.4 STP

Perancangan video iklan layanan masyarakat untuk remaja usia 12-15 tahun

adalah sebagai berikut :



UNIVERSITAS  
Dinamika

#### 4.4.1 Segmenting

##### 1. Demografi

Usia	: 12-15 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	: SMP

##### 2. Geografis

Wilayah	: Indonesia, Jawa, Surabaya.
Iklim	: Tropis
Ukuran Kota	: Urban (wilayah kota)

##### 3. Psikografis

Secara psikografis target utama yaitu remaja usia 12-15 tahun yang menyukai bermain *game online* melalui *smartphone* pribadinya. Anak remaja yang cenderung mencari kepuasan bermain kapan saja dan di mana saja dengan bermain *game online* pada *smartphone*.

#### 4.4.2 Targeting

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, maka disini target di kerucutkan ke anak remaja usia dibawah 18 tahun yang berarti usia tersebut berdasarkan paparan para ahli yang menyebutkan bahwa usia 12-15 tahun, seorang remaja masih dalam proses perkembangan dan mudah terpengaruh atau terikut untuk mengalami kecanduan *game*.

#### 4.4.3 Positioning

Dalam video iklan layanan masyarakat ini memberi visualisasi atau memperlihatkan dampak negatif yang akan dialami oleh remaja pengguna

*smartphone* yang kecanduan *game online* pada *smartphone* berdasarkan data dari pakar psikolog. Berawal dari kecanduan ringan hingga menjadi kecanduan berat yang ditandai dengan proses perubahan perilaku atau kelainan yang dialami oleh remaja pengguna *smartphone* yang kecanduan tersebut. Dikombinasikan dengan visual efek untuk memperkuat visualisasi dari dampak negatif yang akan dialami oleh remaja tersebut, diharap mampu menyampaikan pesan dan informasi secara bertahap kepada remaja yang belum kecanduan maupun yang sudah kecanduan sebagai bentuk meningkatkan kesadaran mereka agar bermain *game online* pada *smartphone* secara bijak.

#### 4.5 USP

Video iklan layanan masyarakat ini menyampaikan informasi perihal dampak negatif kecanduan *game online* dengan menggunakan visual efek agar lebih menekankan pesan dan informasi yang diberikan kepada remaja pengguna *smartphone* yang bermain *game online*. Pembuatan video iklan layanan masyarakat ini sebagai bentuk kepedulian terhadap anak-anak remaja yang menghabiskan banyak waktunya untuk bermain *game online* pada *smartphone*, sehingga remaja tersebut menjadi seseorang yang tidak terlalu peduli dengan hal-hal yang ada disekitarnya, kesulitan untuk bersosialisasi, sulit mengontrol emosi, sulit menjalankan kewajibannya dengan baik sebagai pelajar, mata mudah terpapar sinar radiasi pada *smartphone*, dan akhirnya mengalami perubahan sikap atau kelainan perilaku.

#### 4.6 SWOT

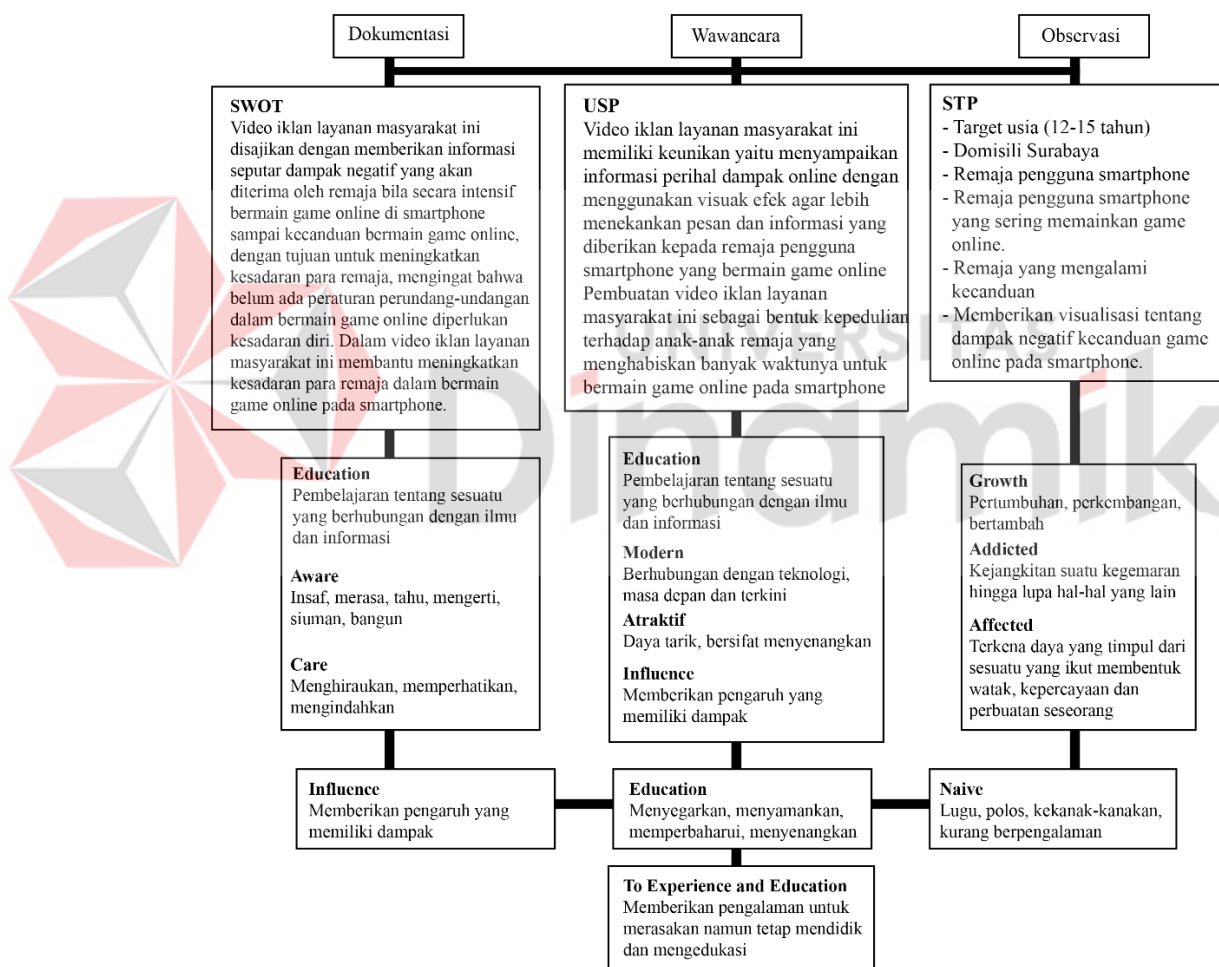
Pada tahap SWOT kali ini akan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) dari *game online* pada *smartphone* yang akan dibuat dalam bentuk tabel.

Internal  Eksternal	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan hobi dan kreatifitas.</li> <li>2. Sistem game online selalu update.</li> <li>3. Dapat berinteraksi dengan orang-orang di belahan dunia lain.</li> <li>4. Game online dapat meningkatkan kinerja otak.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat remaja pengguna game online, sulit membedakan realita dan fantasi.</li> <li>2. Game online dapat membuat pengguna nya menjadi kecanduan untuk terus bermain.</li> <li>3. Game online membuat remaja sulit memprioritaskan kewajiban utama sebagai pelajar.</li> </ol>
Opportunity	S - O	W - O
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemerintah mendukung adanya e-sport atau olahraga bermain game online.</li> <li>2. Belum ada undang-undang dan aturan tentang bermain game online.</li> <li>3. Akses bermain game online semakin mudah.</li> <li>4. Industri dan developer game online semakin banyak.</li> <li>5. Remaja memiliki banyak waktu luang untuk bermain.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya dukungan dari pemerintah bahwa Game online menjadi suatu program kegiatan olahraga dan digemari, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja.</li> <li>2. Game online menjadi kegiatan bermain yang bebas dan tidak terikat oleh peraturan perundang-undangan sehingga tidak menyalahi aturan meski dilakukan secara terus menerus.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jangka panjang dari adanya game online menjadikan banyak remaja yang mengalami gangguan jiwa akibat kecanduan bermain game online secara berlebihan dikarenakan akses dan waktu luang yang mendukung.</li> <li>2. Karena akses game online yang mudah, membuat remaja cenderung terus memainkannya.</li> <li>3. Game online cenderung tidak terkontrol karena belum ada peraturan penggunaan game online dari pemerintah.</li> </ol>
Threat	S - T	W - T
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orang tua khawatir dengan anaknya yang sering bermain game online dan membatasi anaknya dalam mengakses game.</li> <li>2. Banyak penyuluhan untuk mengurangi intensitas bermain game.</li> <li>3. Banyaknya konten game online yang bersifat dewasa sehingga mengundang pro dan kontra.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Game online dapat mengembangkan hobi dan kreatifitas sehingga menurunkan kekhawatiran orang tua terhadap anaknya yang bermain game online.</li> <li>2. Game online juga memberi manfaat berupa meningkatkan kinerja otak supaya lebih aktif sehingga game online menjadi suatu kebutuhan sehari-hari.</li> <li>3. Banyak dimainkan oleh kalangan dewasa, tidak hanya anak remaja sehingga game online bisa tetap bertahan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Game online menjadi hal yang dipandang negatif oleh sebagian masyarakat terutama orang tua.</li> <li>2. Banyak penyuluhan dilakukan agar meningkatkan kesadaran dalam bermain game online dan kecanduan bermain game online sehingga dapat terkendali.</li> <li>3. Aktivitas bermain game online kurang mendapat dukungan dari masyarakat karena game online dapat menyebabkan beberapa dampak negatif.</li> </ol>
<p><b>Strategi Utama :</b> Merancang Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan Game Online Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna Smartphone bagi Remaja 12-15 Tahun.</p>		

Gambar 4. 7 Tabel Perancangan Analisa SWOT  
Sumber : Dokumen peneliti 2020

#### 4.7 Konsep Key Communication Message

Untuk mendapatkan kata kunci yang sesuai dengan apa yang diteliti melalui judul “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Negatif Kecanduan *Game online* Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengguna *Smartphone* Bagi Remaja 12-15 Tahun.” ini sudah dipilih dengan dasar acuan terhadap analisis data yang telah peneliti lakukan. Kata kunci yang diambil dari hasil analisa SWOT yang diambil melalui observasi, wawancara, STP dan USP.



Gambar 4. 8 Bagan Keyword  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020

## 4.8 Konsep Perancangan Karya

### 4.8.1 Tujuan Kreatif

Dari Analisa *keyword* yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan video iklan layanan masyarakat ini berdasarkan keyword “*To Experience and Educate*”, yang memiliki makna dan arti yaitu memberikan suatu pengalaman untuk merasakan sesuatu namun tetap memberikan edukasi, informasi, dan pengetahuan yang dikombinasikan dengan visual efek dalam video sehingga memperkuat visualisasi dari informasi yang akan diterima oleh target audience yaitu remaja usia 12-15 tahun tentang dampak negatif kecanduan game online pada smartphone.

### 4.8.2 Strategi Kreatif

Perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun memerlukan sebuah strategi kreatif untuk mendapatkan ide maupun langkah cermat dalam merancang konten video yang menarik dan juga mengedukasi agar tingkat kecanduan dalam bermain *game online* pada *smartphone* berkurang. Hal pertama yang akan dilakukan adalah membuat sinopsis cerita, kemudian storyline, setelah itu storyboard, lalu pengambilan gambar, kemudian tipografi apa saja yang digunakan, dan akhirnya implementasi video sebagai video iklan layanan masyarakat yang akan ditampilkan.



## 1. Storyline

No	Shoot Size	Scene / Adegan	Lokasi	Audio	Waktu
1.		Intro			
2.	MCU	Rizal pulang kerumah setelah belajar dari sekolah	Perumahan	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
3.	MCU	Rizal masuk kerumah dengan keadaan lelah	Rumah (teras dan ruang rumah)	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
4.	MCU	Rizal berganti pakaian	Kamar pribadi	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
5.	LS	Rizal melakukan aktivitas sehari-hari	Ruang tamu, kamar belajar, teras	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
6.	MS	Rizal mengerjakan tugas sebagai pelajar	Ruang tamu, kamar belajar, teras	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
7.	MCU	Pada suatu hari, Sepulang kerja, Ayah Rizal, menghampiri Rizal untuk memberikan hadiah smarphone karena sudah menjadi anak yang rajin dan pintar	Kamar belajar	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
8.	MS	Rizal merasa senang dengan hadiah tersebut	Kamar belajar	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
9.	FS	Teman-teman Rizal datang kerumah Rizal untuk bermain	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
10.	FS	Rizal menyambut kedatangan teman-temannya	Kamar Rizal	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
11.	MS	Rizal mempersilahkan teman-temannya untuk masuk ke dalam rumah	Depan rumah	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
12.	LS	Teman-teman Rizal memperkenalkan Rizal tentang game online di smartphone	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
13.	MS	Rizal pun penasaran dan mencoba memainkan game online tersebut	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
14.	MS	Rizal pun mengenal dan bermain game online dengan teman-temannya	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
15.	BCU	Rizal kemudian tertarik untuk memainkannya lagi dan lagi bersama teman-temannya	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
16.	MS	Selang beberapa lama, teman-teman Rizal mengajak Rizal untuk bermain game online di taman kota untuk mengganti suasana.	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
17.	MS	Rizal pun setuju dan mereka akhirnya pergi ke taman kota.	Ruang tamu	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
18.	MCU	Sesampainya di taman, Rizal dan teman-temannya mencari tempat yang cocok untuk bermain game online dengan santai.	Taman	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
19.		Pada saat ini gejala kecanduan mulai nampak.			
20.		Cepat lambat munculnya gejala kecanduan <i>game online</i> pada <i>smartphone</i> setiap anak remaja berbeda-beda.		Soundtrack : lagu klasik,	

21.	CU	Pada saat ini, Rizal mengalami kecanduan ringan <i>game online</i> pada <i>smartphone</i> .	Taman	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
22.	BCU	Kemudian perlahan-lahan Rizal mulai terikat dengan keasikan bermain <i>game online</i> .	Taman	Soundtrack : lagu klasik,	Siang
23.	MCU	Waktu pun beranjak sore, teman-teman Rizal pamit pulang, dan Rizal masih tetap bermain <i>game online</i>	Taman	Soundtrack : lagu klasik,	Sore
24.	CU	Waktu semakin sore, Rizal akhirnya mulai berjalan menuju kerumah.	Taman	Soundtrack : lagu klasik,	Sore
25.	BCU	Pada saat perjalanan pulang, Rizal merasa aneh dengan lingkungan sekitarnya.	Taman		Sore
26.	MCU	Tiba-tiba suasana di sekitar Rizal mulai berubah menjadi dunia yang bukan dia kenal lagi.	Taman		Sore
27.	MCU	Rizal kemudian merasa pusing dan akhirnya jatuh dengan lutut kaki tertekuk.	Taman		Sore
28.	MCU	Pribadi Rizal akhirnya berubah menjadi seorang manusia berjiwa robot yang dikendalikan oleh <i>smartphone</i> nya bila masalah kecanduan ini tidak segera ditangani	Taman		Sore
29.	MCU	Ini adalah penggambaran psikologi, bila seorang anak mulai kecanduan <i>game online</i> pada <i>smartphone</i> , maka dia tidak sadar telah dikendalikan oleh <i>smartphone</i> nya sendiri.	Taman		Sore

Sumber : Dokumen Peneliti 2020

## 2. Tipografi

Tipografi yang dipakai di dalam video iklan layanan masyarakat ini adalah font bernama Hacked yang memiliki unsur *Glitch* yang membantu memperkuat visual tentang dampak negatif dari game online pada smartphone.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

Gambar 4. 9 Tiporafi  
 Sumber : Dokumen Peneliti 2020

## 3. Storyboard

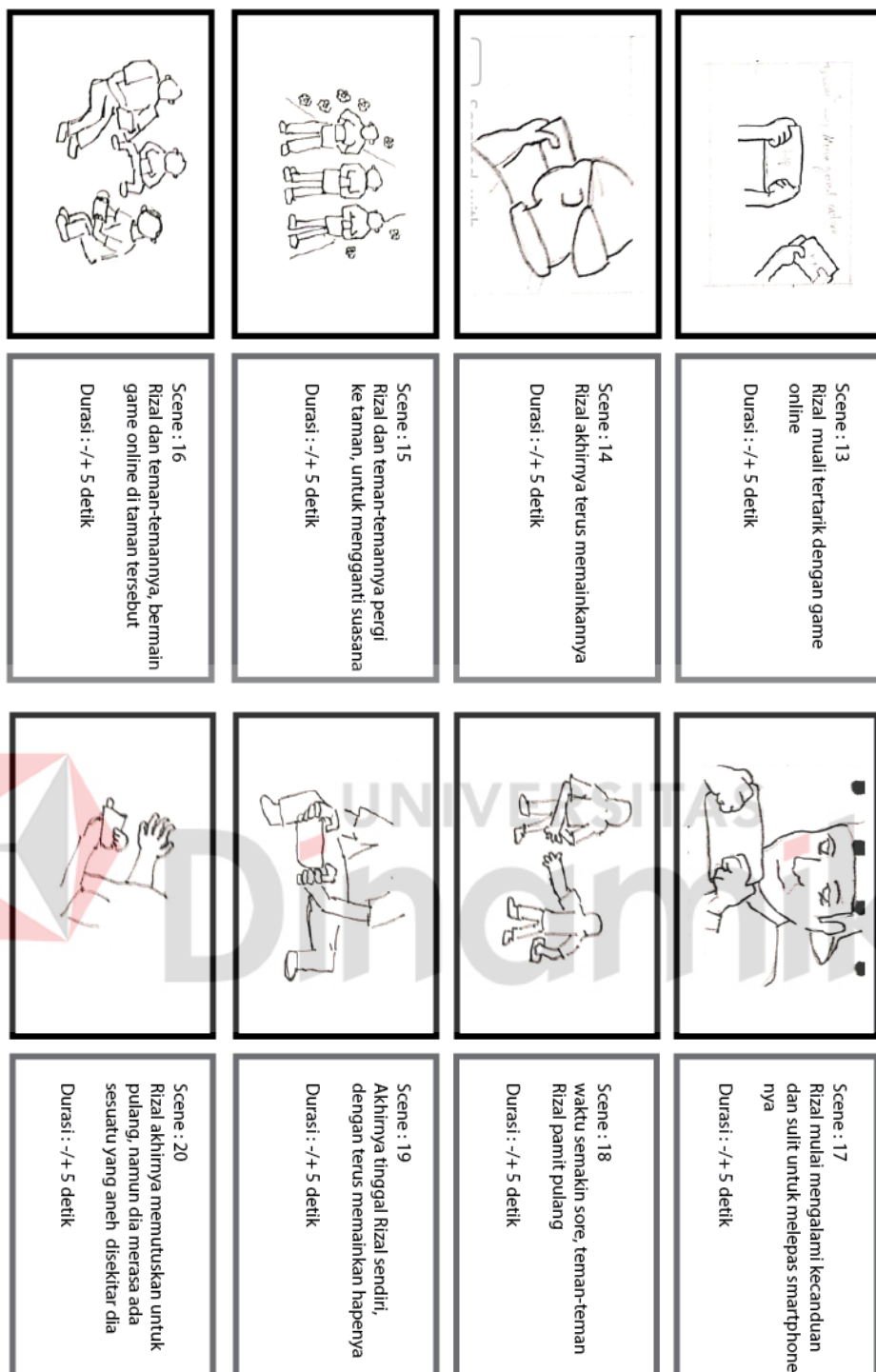


Gambar 4. 10 Storyboard scene 1-4  
 Sumber : Dokumen Peneliti 2020

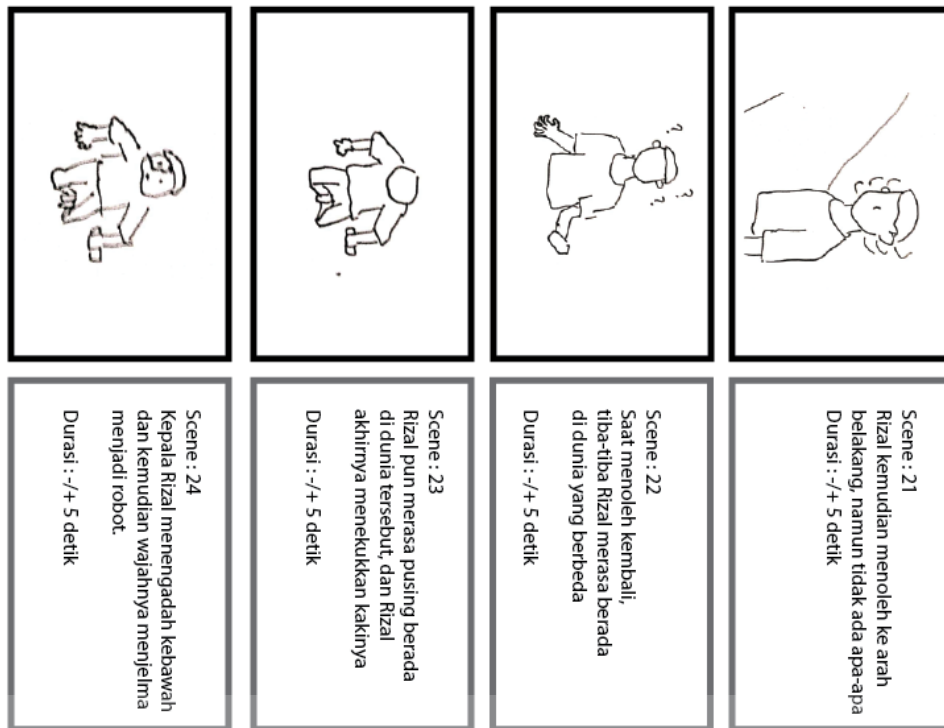


Gambar 4. 11 Storyboard scene 5-12

Sumber : Dokumen Peneliti 2020



Gambar 4. 12 Storyboard scene 13-20  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020



Gambar 4. 13 Storyboard scene 21-24  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020

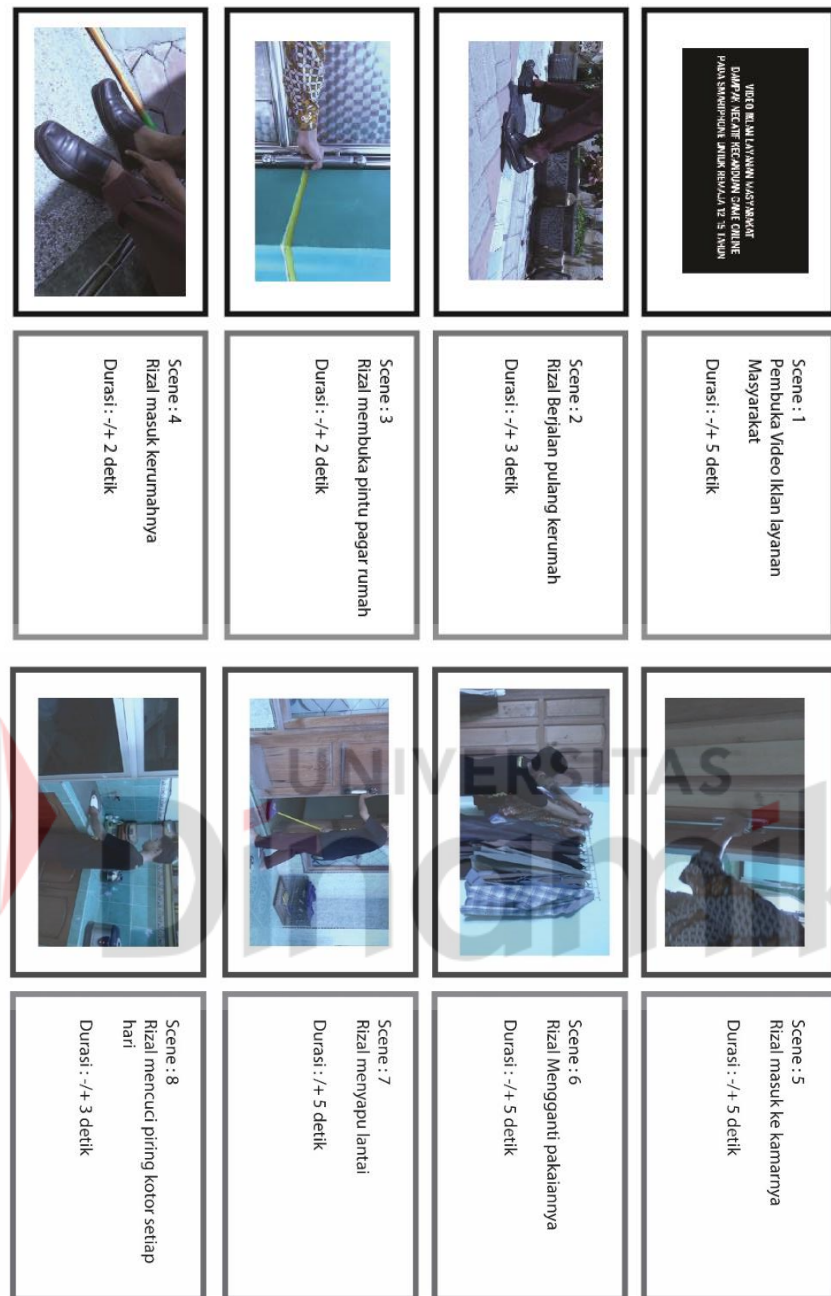
#### 4. Tipografi

Tipografi yang dipakai di dalam video iklan layanan masyarakat ini adalah font bernama Hacked yang memiliki unsur *Glitch* yang membantu memperkuat visual tentang dampak negatif dari game online pada smartphone.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**


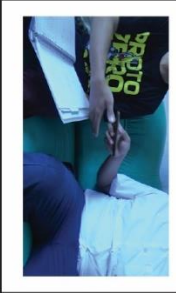






Gambar 4. 14 Tipografi  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020

## 5. Implementasi Video



Gambar 4. 15 Implementasi Video scene 1-8  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020



	Scene : 9 Rizal rajin belajar seperti biasa Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 10 Rizal diberikan hape smartphone oleh ayahnya Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 11 Teman-teman Rizal mampir untuk bermain dirumah Rizal Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 12 Teman-teman Rizal memperkenalkan game online kepada Rizal Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 13 Rizal mulai tertarik dengan game online Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 14 Rizal akhirnya terus memainkannya Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 15 Rizal dan teman-temannya pergi ke taman, untuk mengganti suasana Durasi : +/- 5 detik
	Scene : 16 Rizal dan teman-temannya, bermain game online di taman tersebut Durasi : +/- 5 detik

Gambar 4. 16 Implementasi Video scene 9-16  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020





Gambar 4. 17 Implementasi Video scene 17-20  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020



Gambar 4. 18 Implementasi Video scene 21-22  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020

- Scene 1* : menampilkan adegan pembuka berupa judul video sebagai identitas dari video iklan layanan masyarakat ini.
- Scene 2* : menampilkan adegan kaki tokoh utama berjalan untuk memperlihatkan aktifitas pertama yaitu pulang dari sekolah
- Scene 3* : menampilkan adegan berupa tokoh utama membuka pintu pagar untuk menandakan pulang dari sebuah kegiatan
- Scene 4* : menampilkan adegan berupa tokoh utama melepas sepatu untuk menandakan akan masuk kedalam rumah
- Scene 5* : menampilkan adegan berupa tokoh utama membuka pintu kamar
- Scene 6* : menampilkan adegan berupa tokoh utama menggantung pakaian untuk menandakan akan berganti pakaian dengan pakaian rumah.
- Scene 7* : menampilkan adegan berupa tokoh utama menyapu dan membersihkan halaman dan lantai rumah untuk memberitahu tanda bahwa tokoh utama adalah anak yang rajin membersihkan
- Scene 8* : menampilkan adegan berupa tokoh utama mencuci piring untuk memberitahu bahwa tokoh utama adalah anak yang rajin
- Scene 9* : menampilkan adegan berupa tokoh utama sedang belajar untuk menggambarkan bahwa tokoh utama adalah anak yang rajin belajar.
- Scene 10* : menampilkan adegan berupa tokoh utama diberikan hadiah oleh ayahnya berupa *smartphone* oleh ayahnya karena telah rajin
- Scene 11* : menampilkan adegan berupa kedatangan dua teman dari tokoh utama yang berkunjung kerumah tokoh utama
- Scene 12* : menampilkan adegan di mana dua teman dari tokoh utama memperkenalkan *game online* kepada tokoh utama
- Scene 13* : menampilkan adegan di mana tokoh utama mulai tertarik untuk bermain *game online* pada *smartphone*
- Scene 14* : menampilkan adegan di mana tokoh utama ketagihan untuk terus bermain *game online* pada *smartphone*
- Scene 15* : menampilkan adegan di mana tokoh utama dan dua temannya pergi ke taman
- Scene 16* : menampilkan tokoh utama dan dua temannya sedang bermain *game online* pada *smartphone*.

*Scene 17* : menampilkan adegan di mana tokoh utama mulai mengalami kecanduan dan sulit untuk melepas *smartphone* nya

*Scene 18* : menampilkan adegan di mana dua teman dari tokoh utama mulai pamit pulang, karena hari sudah semakin sore

*Scene 19* : menampilkan adegan di mana tokoh utama duduk sendiri sambil memainkan *game online* pada *smartphone* nya

*Scene 20* : menampilkan adegan di mana tokoh utama mulai merasakan keanehan di daerah sekelilingnya saat di perjalanan pulang

*Scene 21* : menampilkan adegan di mana tokoh utama mulai merasa pusing dan akhirnya terjatuh ke tanah

*Scene 22* : menampilkan adegan di mana tokoh utama mulai dikendalikan oleh sesuatu

## 6. Pembahasan Video

Video ini menceritakan tentang seorang remaja bernama Rizal, siswa SMP kelas 3 yang awalnya adalah seorang remaja yang rajin dan juga pandai. Setelah mendapat *smartphone* dari ayahnya, Rizal semakin sering memakai *smartphone*. Selang beberapa waktu kemudian, teman-teman Rizal datang berkunjung kerumah Rizal untuk bermain. Teman-teman Rizal kemudian memperkenalkan *game online* di *smartphone* kepada Rizal. Rizal sangat antusias dengan *game online* tersebut, dan akhirnya mulai menyukai *game* tersebut. Setelah itu Rizal dan teman-temannya pergi ke taman untuk mencari suasana baru. Setelah sampai di taman, Rizal dan teman-temannya melanjutkan untuk bermain *game online* di *smartphone*. Dari sinilah gejala kecanduan *game online* terjadi, Rizal mulai dikendalikan oleh *game online* yang dimainkannya, sehingga Rizal menjadi pribadi yang bukan dirinya lagi.

## 4.9 Perencanaan Media Pendukung

### 4.9.1 Strategi Media Pendukung

#### 1. Poster



Gambar 4. 19 Implementasi Desain Poster

Sumber : Dokumen Peneliti 2020

Pada karya poster ini menggunakan warna gelap dan terang untuk menggambarkan seorang anak remaja dengan dua keadaan anak remaja yang mengalami kecanduan game online pada smartphone maupun yang tidak.

#### 2. Gantungan Kunci

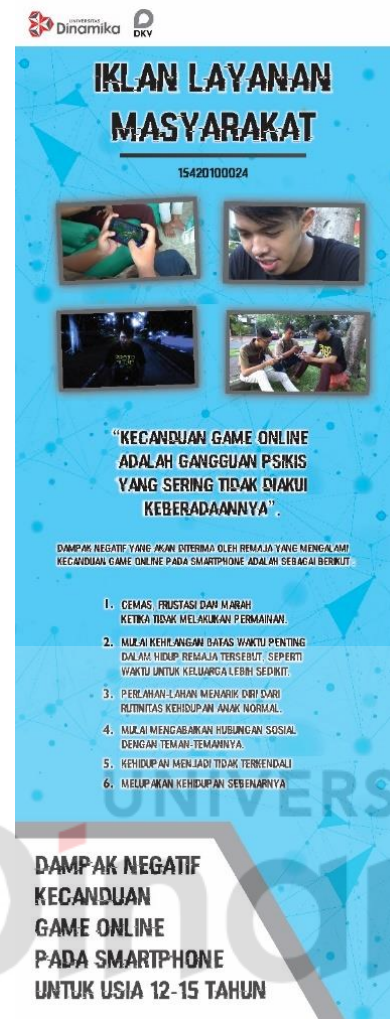


Gambar 4. 20. Implementasi Desain Merchandise

Sumber : Dokumen Peneliti 2020

Gantungan kunci yang dibuat berupa kata atau kalimat berisi judul dari perancangan video iklan layanan masyarakat ini agar khalayak ramai mudah untuk mengingat iklan layanan masyarakat ini.

### 3. X-Banner



Gambar 4. 21 Implementasi Desain x-banner  
Sumber : Dokumen Peneliti 2020

*X-banner* yang dibuat menggunakan *style font Hacked* untuk memperkuat visual tentang konten anak remaja yang kecanduan *game online* pada *smartphone*. Dan *x-banner* ini berisi konten berupa adegan dari video iklan layanan masyarakat yang telah dibuat dan juga informasi inti dari dampak negatif kecanduan *game online* pada pengguna *smartphone*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas mengenai perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun dapat disimpulkan bahwa :

Dalam perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun diharapkan dapat membantu mengurangi tingkat kecanduan *game online* pada *smartphone* bagi remaja usia 12-15 tahun. Konsep dari perancangan video iklan layanan masyarakat ini diambil dari kata kunci “*To Experience and Educate*”. Kata kunci ini mewakili dari *keyword communication messages* yang terdiri dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Pada video iklan layanan masyarakat ini memperlihatkan bagaimana seorang anak yang normal namun dapat dengan mudahnya terjerumus kedalam kecanduan *game online* dikarenakan adanya fasilitas dan pengaruh dari lingkungannya. Seorang anak tanpa sadar telah mengalami kecanduan *game online* pada *smartphone*, bisa dilihat dari tingkah laku dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, sebagai seorang anak, wajib untuk membatasi diri dengan kegiatan-kegiatan yang tidak memberi manfaat dan membuang-buang waktu. Bila hal ini tidak diberi penanganan serius, maka akan ada banyak anak-

anak yang mengalami kecanduan *game online* pada *smartphone* hingga mengalami gangguan jiwa dan masuk rumah sakit jiwa.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah ditarik kesimpulan mengenai perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun telah memiliki beberapa saran yang dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi peneliti selanjutnya agar mampu menjadi lebih baik lagi, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam perancangan tugas akhir ini yang berjudul perancangan video iklan layanan masyarakat tentang dampak negatif kecanduan *game online* sebagai upaya meningkatkan kesadaran pengguna *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun ini dapat memiliki manfaat untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan dengan topik yang sama diharapkan melanjutkan perancangan iklan layanan masyarakat lainnya seperti dampak negatif kecanduan *game online* pada *smartphone* bagi remaja 12-15 tahun.
2. Diharapkan untuk para pengguna *smartphone* khususnya remaja untuk tidak terlalu menghabiskan waktunya bermain *game online* karena orang yang sudah kecanduan *game online* pada *smartphone* membutuhkan waktu yang lama untuk disembuhkan secara psikis. Diharap para orang tua untuk tidak membebaskan anaknya dalam bermain *game online* pada *smartphone*.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Dari Buku :

- Abrams, D.B., Niaura, R.S. 1987. *Social Learning Theory. Psychological Theories of Drinking and Alcoholism*. New York :Guilford Press.
- Bodenheimer, Bobby. 1999. *Computer Animation and Simulation*. Eurographics.
- Cecep, Sutjipto, Bambang. 2013. *Media Pembelajaran: Manual dan Digital*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hurlock, E. B 1992. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Erlangga
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*”, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Imanjaya, Ekky. 2006. *The Film is not a Dream, Life is*. Jakarta: The Norwich University.
- Khasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Lexy J. Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Liliwiri. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Madjadikara. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan ?*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka.
- Moleong. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Nardi, Leo. 1977. *Penuntun Kinematografi 8mm*. Bandung: Yayasan foto indonesia kustandi.
- Ng, B. D., Wiemer-Hasting, P. 2005 . *Addiction to the Internet and Online Gaming*. *CyberPsychology and Behavior*.
- Papalia, D. E., Olds, S. W. (2004). *“Human development”*.Mc Graw Hill, New York.



- Rustan, Suroto. 2011. Huruf Font Tipografi. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sadiman.1993. Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya.
- Tridhonanto, Al. 2011. Optimalkan Potensi Anak Dengan Game: PT. Elex Media Komputindo.
- Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta : Prenadamedia Group.

### Jurnal

- Awiya Rahma. 2018. Interaksi Sosial Pada Remaja Kecanduan *Game online*
- Egi Dwi Cahyo. 2018. Dampak Kecanduan Game online Pada Kalangan Remaja di Kelurahan Sidotopo Wetan Kecamatan Kenjeran Surabaya
- D, Nunnun Bonafix. 2011 . Video, Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar

### Sumber Internet

(<https://www.scribd.com/doc/194987976/Ejarah-Game-Dan-Definisi-Menurut-Para-Ahli>) Diakses tanggal 21 oktober 2019

(<http://users.rider.edu/~suler/psycyber/supportgp.html>) Goldberg, Ivan. 1996. Internet Addiction Support Group. Diakses 30 Desember 2019

(<https://kbbi.web.id/dampak>) Diakses 30 Desember 2019

(<https://uprint.id/blog/mengenal-jenis-jenis-banner-dan-fungsinya/>) Diakses tanggal 11 Februari 2020

(<https://www.seputarpengertian.co.id/2017/06/pengertian-merchandise-fungsi-jenis-contoh-lengkap.html>) Diakses tanggal 11 Februari 2020

(<https://www.urbanfonts.com/fonts/HACKED.font>) Diakses tanggal 19 Februari 2020



UNIVERSITAS  
**Dinamika**