



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BAHAYA MINYAK JELANTAH TERHADAP LINGKUNGAN
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun oleh:

Taffy Novaris Giovan

18420100086

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BAHAYA MINYAK JELANTAH TERHADAP LINGKUNGAN
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

Nama : Taffy Novaris Giovan

NIM : 18420100086

Jurusan : S1 Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2022

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BAHAYA MINYAK JELANTAH TERHADAP LINGKUNGAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Taffy Novaris Giovan

NIM: 18420100086

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada: Jumat, 8 Juli 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing:

I. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom., ACA.

NIDN: 0716127501

II. Siswo Martono, S.Kom., M.M.

NIDN: 0726027101

Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date:
2022.08.02
13:31:29 +07'00'

Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.08.02
14:12:49 +07'00'

Penguji:

Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN: 0704017701

2022.08.02
16:33:59
+07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana

Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2022.08.04
07:29:17 +07'00'

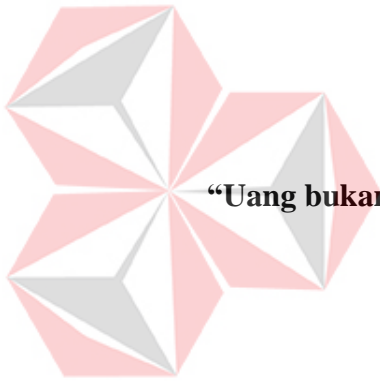
Karsam, MA., Ph.D.

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



“Uang bukan nomor satu, namun pengalamanmulah yang akan membawa kemudahan dalam dunia kerjamu”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



Kupersembahkan ini kepada keluarga terutama orang tua dan teman-teman saya yang tercinta yang telah turut membantu pengerjaan Tugas Akhir ini

UNIVERSITAS
Dinamika

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Taffy Novaris Giovan**

NIM : **18420100086**

Program Studi : **SI Desain Komunikasi Visual**

Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**

Jenis Karya : **Tugas Akhir**

Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BAHAYA MINYAK JELANTAH TERHADAP LINGKUNGAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**

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 Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas 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 diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi 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 sebenar-benarnya.

Surabaya, 27 Juli 2022



Taffy Novaris Giovan
NIM : 18420100086

ABSTRAK

Saat ini banyak sekali masyarakat yang membuang minyak bekas atau minyak jelantah mereka secara sembarangan, seperti dibuang ke sungai, ke selokan, maupun ke saluran pembuangan air lainnya seperti drainase dan wastafel rumah atau restoran. Tentunya hal itu akan berakibat fatal seperti rusaknya saluran air dan terjadinya pencemaran pada air dan salurannya. Hal tersebut terus terjadi karena minimnya media informasi, edukasi, serta gerakan sosialisasi di masyarakat. Untuk mengatasi masalah tersebut, Merancang video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan dengan teknik videografi yang diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang baik sebagai bentuk edukasi terhadap masyarakat akan bahaya minyak jelantah bagi kebersihan dan kelestarian lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan mengumpulkan beberapa data di lapangan menggunakan metode seperti wawancara, observasi, dan studi literatur yang diambil dari komunitas pecinta lingkungan di Kota Surabaya, Akademisi ahli teknik lingkungan, serta buku-buku penunjang. Maka dari itu dibuatlah Video Iklan Layanan Masyarakat dengan bertemakan bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan dan disertai dengan solusi-solusi dari masalah terkait. Video dibuat dengan durasi yang singkat sehingga masyarakat tidak cepat merasa bosan, kualitas video dengan audio dan visual yang baik sehingga menarik minat audiens, serta isi pesan didalam video yang telah dirangkum menjadi padat dan jelas sehingga masyarakat mudah untuk memahami pesan-pesan yang disampaikan. Diharapkan juga perancangan ini dapat membantu mengatasi permasalahan terkait, membantu jalanya sosialisasi yang digencarkan secara digital, dan berguna bagi generasi kedepan untuk membuat suatu inovasi baru dalam mengatasi suatu permasalahan sosial yang ada.

Kata Kunci: *Video iklan layanan masyarakat, Minyak jelantah, Kampanye sosial*

KATA PENGANTAR

Pertama mari kita ucapkan puji syukur kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Video Iklan Lyanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat.” ini dengan tepat waktu dan tanpa adanya kekurangan. Laporan ini adalah salah satu karya ilmiah yang telah disusun sedemikian rupa sebagai syarat untuk penyelesaian mata kuliah “Tugas Akhir” di Universitas Dinamika. Dalam Kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait yang telah memberikan pengalaman dan dukungannya selama kegiatan berlangsung maupun dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir karya ilmiah ini, diantaranya:

1. Prof. Dr. Budi Djatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
3. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dan dosen wali.
4. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom., ACA dan Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing I dan II mata kuliah Tugas Akhir, yang telah memberikan banyak dukungan semangat, pengalaman dan saran-saran sehingga Tugas Akhir karya ilmiah ini segera terselesaikan.
5. Yang saya sayangi, seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya dan teman-teman yang telah memberikan banyak dukungan, finansial, saran sekaligus doa demi kelancaran pengerjaan karya ilmiah ini.

Atas segala macam bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan kepada saya, sekali lagi saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

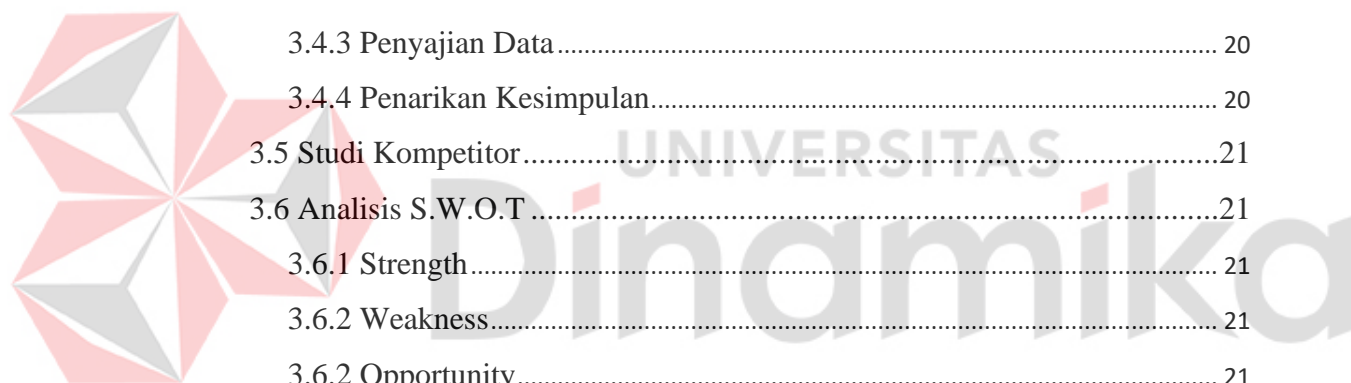
Surabaya, 8 Juli 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Minyak Goreng	6
2.3 Minyak Jelantah	7
2.4 Pencemaran Lingkungan.....	7
2.4.1 Pencemaran Air	8
2.4.2 Pencemaran Tanah.....	9
2.5 Iklan	9
2.5.1 Definisi Iklan.....	9
2.5.2 Fungsi Iklan	10
2.6 Iklan Layanan Masyarakat	10
2.6.1 Manfaat Iklan Layanan Masyarakat.....	12
2.6.2 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat	12
2.7 Kampanye Sosial.....	12
2.8 Media Promosi	13
2.8.1 Media Promosi Elektronik	14
2.9 Video	14
2.9.1 Jenis-Jenis Video	15
2.9.2 Sudut Pengambilan Gambar (Angle).....	15

2.10 Editing	16
2.10.1 Jenis-Jenis Editing.....	16
2.11 Storyboard.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Unit Analisis	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.3.1 Observasi.....	18
3.3.2 Wawancara.....	19
3.3.3 Studi Literatur	19
3.4 Teknik Analisis Data.....	20
3.4.1 Pengumpulan Data	20
3.4.2 Reduksi Data	20
3.4.3 Penyajian Data.....	20
3.4.4 Penarikan Kesimpulan.....	20
3.5 Studi Kompetitor.....	21
3.6 Analisis S.W.O.T	21
3.6.1 Strength.....	21
3.6.2 Weakness.....	21
3.6.2 Opportunity.....	21
3.6.2 Threats.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	23
4.1.1 Hasil Observasi.....	23
4.1.2 Hasil Wawancara	24
4.1.3 Hasil Dokumentasi	26
4.1.4 Hasil Studi Literatur.....	26
4.2 Hasil Analisis Data.....	27
4.2.1 Reduksi Data	27
4.2.2 Penyajian Data.....	29
4.2.3 Penarikan Kesimpulan.....	30
4.2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP).....	30



4.2.5 Unique Selling Proposition (USP).....	31
4.2.6 Analisis SWOT.....	32
4.2.7 Keyword.....	33
4.3 Perancangan Karya.....	34
4.3.1 Tujuan Kreatif.....	34
4.3.2 Strategi Kreatif.....	35
4.3.3 Implementasi Karya.....	40
4.3.4 Hasil Implementasi Media.....	46
BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.1 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	54



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4. 1 Kegiatan Sosialisasi dengan Ibu PKK.....	26
Gambar 4. 2 Kegiatan Pelatihan Daur Ulang Bersama Murid.....	26
Gambar 4. 3 Analisis SWOT	33
Gambar 4. 4 Keyword.....	34
Gambar 4. 5 Warna	36
Gambar 4. 6 Font Raleway	37
Gambar 4. 7 Font Poppins.....	37
Gambar 4. 8 Storyline	38
Gambar 4. 9 Storyboard	39
Gambar 4. 10 Scene 1	40
Gambar 4. 11 Scene 2	40
Gambar 4. 12 Scene 3	41
Gambar 4. 13 Scene 4	41
Gambar 4. 14 Scene 5	41
Gambar 4. 15 Scene 6	42
Gambar 4. 16 Scene 7	42
Gambar 4. 17 Scene 8	42
Gambar 4. 18 Scene 9	43
Gambar 4. 19 Sketsa dan Hasil Media Poster	43
Gambar 4. 20 Sketsa dan Hasil Media Flyer Infografis.....	44
Gambar 4. 21 Sketsa dan Hasil Media Stiker	44
Gambar 4. 22 Sketsa dan Hasil Media Keychain.....	45
Gambar 4. 23 Desain Akun Youtube	45
Gambar 4. 24 Video Iklan Layanan Masyarakat di Youtube	46
Gambar 4. 25 Poster.....	46
Gambar 4. 26 Stiker	47
Gambar 4. 27 Keychain	47
Gambar 4. 28 Flyer Infografis.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Metode pengolahan makanan dengan cara menggoreng sudah menjadi hal yang wajar di seluruh kalangan masyarakat. Banyak sekali macam makanan di Indonesia ini yang menggunakan metode penggorengan sebagai proses untuk mengolah makanan mereka, entah itu makanan tradisional maupun makanan modern. Konsumsi minyak goreng di Indonesia terutama wilayah provinsi Jawa Timur terbilang cukup tinggi, makanan dengan metode penggorengan lebih banyak disukai daripada direbus (Ardhany dan Lamsiyah, 2018). Minyak goreng merupakan salah satu bahan pangan yang paling banyak digunakan untuk mengolah makanan terutama masyarakat Indonesia. Penggunaan minyak goreng yang telah digunakan beberapa kali disebut minyak jelantah. Minyak jelantah merupakan minyak yang telah teroksidasi dengan bahan makanan bekas penggorengan, yang mudah tercipta karena jangka waktu penggorengan yang lama, pemanasan suhu yang terlalu tinggi, dan penggunaan berkali-kali (Suhartina 2018). Minyak jelantah mengandung sejumlah senyawa bersifat karsinogenik yang diantaranya adalah 98% trigliserida dan 2% lainnya merupakan komponen non trigliserida seperti tokoferol, asam lemak, fosfolipid, monogliserida, digliserida dan zat pewarna (Sutanto, Wiryawan, dan Kurniawansyah 2021).

Saat ini banyak sekali masyarakat yang membuang minyak bekas atau minyak jelantah mereka secara sembarangan, seperti dibuang ke sungai, ke selokan, maupun ke saluran pembuangan air lainnya seperti drainase dan wastafel rumah atau restoran. Tentunya hal itu akan berakibat fatal seperti rusaknya saluran air dan terjadinya pencemaran pada air. Adapun beberapa contoh kasus yang telah terjadi seperti yang terjadi pada tahun 2019 di Jl. Diponegoro, Kota Batu, gorong-gorong atau resapan air yang berada di tepi jalan tersebut tersumbat akibat pembuangan sampah dan sisa minyak goreng (minyak jelantah) oleh warga dan pedagang makanan di sekitar. Begitu juga yang dikatakan oleh saksi mata bahwa penyumbatan sering kali terjadi, hal itu disebabkan oleh sisa minyak goreng atau

sisa air cucian piring yang bercampur minyak yang pada akhirnya terjadi pembekuan dan penggumpalan sisa makanan yang mengakibatkan penyumbatan (Petisi.co). Masalah serupa juga terjadi pada tahun 2022, penyumbatan saluran air banyak terjadi di beberapa daerah di DKI Jakarta yang disebabkan oleh pembuangan limbah makanan dan minyak bekas oleh beberapa restoran. Saat hujan turun, genangan air yang timbul memiliki bau busuk makanan dan bertekstur lebih licin. Menurut Ketua Tim Pemeliharaan Saluran Air Dinas SDA, Enjang Setiawan, pembuangan limbah makanan dan minyak bekas tidak hanya ditemukan di Kawasan Jakarta pusat saja, melainkan hampir diseluruh saluran air ibukota terutama yang dekat dengan restoran atau rumah makan (cnnindonesia.com).

Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI) juga mencatat bahwa produksi minyak goreng sawit pada 2021 telah mencapai 46.888 juta ton liter per tahun dengan jumlah konsumsi rumah tangga dalam negeri mencapai 18.422 juta ton liter, begitu juga sisanya yang digunakan sebagai kebutuhan oleokimia dan biodiesel (Kompas.com). Kementerian Perdagangan juga mencatat, pasokan minyak goreng yang telah terealisasi di Jawa Timur per tanggal 18 Februari 2022 adalah sebanyak 14 juta liter (nasional.kontan.co.id). Pengkonsumsian minyak goreng di masyarakat akan selalu menghasilkan limbah minyak jelantah yang tidak jauh besar jumlahnya dengan yang dikonsumsi.

Minyak jelantah akan sangat berbahaya dan menyebabkan pencemaran pada lingkungan sekitar bila dibuang sembarangan, seperti dikutip dari jurnal Kusnadi (2018), pembuangan limbah minyak jelantah sembarangan dapat menimbulkan lapisan minyak dalam air, minyak jelantah mudah membeku pada suhu rendah yang dapat menyebabkan saluran pipa pembuangan tersumbat, menyebabkan turunya kadar Chemical Oxygen Demand (COD) dan Biological Oxygen Demand (BOD) dalam air yang dapat menimbulkan bau busuk, serta menurunnya konsentrasi oksigen terlarut yang dapat mengurangi pencahayaan matahari masuk ke dalam air, sehingga mengakibatkan organisme dalam air kekurangan cahaya matahari yang dibutuhkannya.

Disisi lain, begitu juga seperti yang dijelaskan oleh Hana Aliana selaku Head of Communication and Engagement Waste 4 Change (W4C) bahwa dampak terkecil membuat limbah minyak jelantah sembarangan ialah menyebabkan

kerusakan pada tempat pembuangan, sedangkan untuk dampak terbesarnya adalah pencemaran terhadap sumber air dan tanah (Kompas.com). Minyak jelantah sendiri termasuk dalam limbah jenis B3 yang tidak hanya mencemari air, namun juga tanah dan udara. Waste 4 Change sendiri merupakan salah satu dari sekian banyak komunitas pecinta lingkungan dan pengepul di Surabaya yang bergerak di sektor penanganan limbah termasuk limbah minyak jelantah (Kompas.com).

Pada saat ini masyarakat belum mendapatkan edukasi yang cukup akan bahaya minyak jelantah. Dari data yang telah disurvei oleh Katadata Insight Center terhadap 140 orang rumah tangga pengguna minyak goreng menyatakan bahwa sebanyak 73.3% dengan alasan tidak tahu cara memanfaatkannya, 38.9% dengan alasan tidak tau tempat menjualnya, 34.4% dengan alasan tidak ingin repot. 23.3% dengan alasan minyak bekas berbahaya, dan 4.4% dengan alasan lainnya. Dari situ dapat disimpulkan bahwa banyaknya minyak goreng yang diproduksi dan dikonsumsi ternyata juga dapat menimbulkan limbah minyak jelantah yang hampir sama besarnya, hal itu terjadi karena pengetahuan dan kesadaran masyarakat Indonesia akan bahaya minyak jelantah masih kurang.

Hal ini juga dapat dibuktikan berdasarkan kajian Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) dan Traction Energy Asia yang mendapatkan bahwa di tahun 2019 konsumsi minyak goreng di Indonesia sebesar 13 juta ton dan menghasilkan limbah minyak jelantah sebesar 3 juta ton, dimana 1.6 juta ton berasal dari rumah tangga perkotaan besar. Dari 3 juta ton minyak jelantah tersebut hanya 1.95 juta ton atau setara dengan 2.43 juta kiloliter yang digunakan menjadi minyak daur ulang untuk kebutuhan memasak, 184.900 kiloliter yang diekspor ke luar negeri, dan sekitar 570.000 kiloliter yang digunakan sebagai bahan baku biodiesel dan kebutuhan lainnya di dalam negeri, Sementara untuk sisanya berakhir di saluran pembuangan atau dibuang sembarangan. Padahal satu liter minyak yang dibuang sembarangan dapat mencemari kurang lebih 1.000 liter perairan (TNP2K 2020).

Oleh karena itu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya dari limbah minyak jelantah bagi kebersihan lingkungan, Maka perlu adanya media edukasi massal guna untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas, seperti contohnya iklan layanan masyarakat dari pemerintah yang sering tampil di layar

televisi maupun media online lainnya. Iklan layanan masyarakat adalah metode yang terbukti efektif guna menyampaikan informasi terkait adanya permasalahan sosial, hal tersebut dapat kita lihat dari banyaknya program pemerintah yang sering dipromosikan atau ditampilkan melalui video singkat yang ada di televisi maupun aplikasi smartphone. Topik dan judul dari “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat” ini memiliki target audiens yaitu seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan target utama adalah ibu rumah tangga dan para pemilik usaha di bidang kuliner.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari uraian latar belakang masalah diatas, maka munculah rumusan masalah yang dapat disimpulkan, sebagai berikut:

“Bagaimana merancang video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat?”

1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah yang telah disebutkan diatas lebih terfokus, maka batasan masalah akan diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan tentang bahaya minyak jelantah bagi kebersihan lingkungan.
2. Penjelasan mengenai solusi dan langkah yang tepat dalam menangani limbah minyak jelantah.
3. Tahap perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat dengan menggunakan teknik videografi berbasis iklan layanan masyarakat.
4. Media pendukung yang digunakan dalam membantu memperlebar jangkauan audiens serta menginformasikan video kampanye sosial bahaya minyak jelantah bagi lingkungan ialah poster, flyer infografis, gantungan kunci (keychain), stiker, dan media online youtube.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pembahasan sampai pemurusan masalah pada karya ilmiah Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

Merancang video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan dengan teknik videografi yang diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang baik sebagai bentuk edukasi terhadap masyarakat akan bahaya minyak jelantah bagi kebersihan dan kelestarian lingkungan, sehingga masyarakat luas dapat lebih baik dalam mencegah dan menangani limbah minyak jelantah disekitar dan menghindari terjadinya pencemaran, dengan begitu dapat menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat. Selain itu video kampanye sosial ini diharapkan akan menjadi sumber pengetahuan untuk generasi yang akan datang.

1.5 Manfaat

Adapun beberapa manfaat di dalam karya ilmiah ini yang akan didapat dan berguna bagi masyarakat luas, terutama untuk kalangan masyarakat yang sering mengkonsumsi minyak goreng sehari-hari, diantaranya:

Secara umum, perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan sebagai upaya meningkatkan kesadaran masyarakat ini akan meningkatkan daya kreatifitas, keterampilan dan kualitas berkarya. Disajikan dengan teknik videografi yang baik, padat dan jelas, diharapkan bermanfaat dan mempermudah pemahaman bagi masyarakat luas sebagai bentuk edukasi, referensi dan sumber informasi tentang bahaya limbah minyak jelantah disertai solusi dalam menanganinya karena disajikan dalam bentuk video singkat yang mudah dicerna dan dipahami. Perancangan video iklan layanan masyarakat ini dapat membantu masyarakat luas untuk lebih aktif dalam menjaga lingkungan, memperdalam rasa empati, melatih bertanggung jawab, serta belajar menjaga stimulus, kebersihan dan kesehatan. Dengan adanya video iklan layanan masyarakat ini membuat masyarakat luas dapat tersalurkan tinjauan informasi tentang bahaya minyak jelantah ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar acuan peneliti dalam melaksanakan topik masalah yang diangkat. Dalam hal ini, “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat” merujuk pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Adi (2018). mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika dengan judul penelitian “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat “Hemat Listrik” dengan Teknik Motion Grafik Sebagai Upaya Mengedukasikan Masyarakat”. Dalam penelitian terdahulu, peneliti mengulas tentang berbagai macam informasi yang berkaitan dengan listrik, mulai dari tata cara dan ajakan menghemat listrik sampai dampak buruk dan kerugian yang terjadi di masyarakat jika boros dalam penggunaan listrik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada media kampanye sosial yang digunakan. Pada penelitian terdahulu media yang digunakan adalah video iklan layanan masyarakat dengan teknik motion grafik, sedangkan untuk penelitian kali ini menggunakan media video iklan layanan masyarakat dengan teknik videografi. Penelitian ini juga memiliki persamaan tujuan dalam mengangkat suatu permasalahan sosial yang sering terjadi, dan memiliki harapan agar masyarakat dapat bisa lebih teredukasi dan meningkatkan kesadaran diri atas masalah sosial tersebut. Kedua penelitian ini menjurus pada program kampanye sosial yang dimana program ini ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat.

2.2 Minyak Goreng

Minyak goreng bersifat menghantarkan panas, yang terbuat dari pengolahan kelapa sawit yang diproses dengan direbus selama 90 menit dan 3 kali penyaringan. Minyak goreng berasal dari pengolahan lemak tumbuhan atau lemak hewan yang telah dimurnikan dan berbentuk cair yang digunakan untuk mengolah/menggoreng bahan makanan (Suhartina 2018). tersusun atas sekitar 20 asam lemak yang berbeda.

Karena minyak selalu terbentuk dalam campuran dari beberapa asam lemak. Asam lemak yang terkandung sangat menentukan mutu dari minyak goreng, karena asam lemak tersebut menentukan stabilitas dan sifat kimia minyak goreng tersebut (Mardiana et al. 2020).

2.3 Minyak Jelantah

Menurut Kusumaningtyas, Minyak jelantah merupakan minyak yang dihasilkan dari sisa-sisa proses penggorengan yang dipakai berulang kali. Minyak goreng yang dikonsumsi berulang kali maka asam lemak yang terkandung akan semakin jenuh dan menyebabkan perubahan warna serta bau sehingga tidak sehat dikonsumsi oleh masyarakat. Dapat dikatakan juga minyak tersebut telah rusak (Mardiana et al. 2020). Selain itu, minyak jelantah merupakan minyak yang telah teroksidasi dengan bahan makanan bekas penggorengan, yang mudah tercipta karena jangka waktu penggorengan yang lama, pemanasan suhu yang terlalu tinggi, dan penggunaan berkali-kali (Suhartina 2018). Minyak jelantah mengandung sejumlah senyawa bersifat karsinogenik yang diantaranya adalah 98% trigliserida dan 2% lainnya merupakan komponen non trigliserida seperti tokoferol, asam lemak, fosfolipid, monogliserida, digliserida dan zat pewarna (Sutanto, Wiryawan, dan Kurniawansyah 2021). Minyak jelantah memiliki resiko yang berbahaya bagi tubuh bila dikonsumsi kembali karena memiliki sejumlah senyawa karsinogenik yang dapat memicu beberapa penyakit seperti stroke, kolesterol, hipertensi, jantung koroner, bahkan memicu kanker (Ardhany dan Lamsiyah 2018). Karena sudah tidak bisa digunakan lagi maka minyak jelantah pada akhirnya menjadi limbah untuk dibuang.

2.4 Pencemaran Lingkungan

Menurut Sutiyono, tumbuh pesatnya rumah makan yang ada menyebabkan dampak bertambahnya limbah rumah makan semakin banyak juga. Hal itu menjadi permasalahan penting yang harus diperhatikan mengingat limbah organik yang dibuang ke saluran air dan badan sungai akan menimbulkan bau tidak sedap dan menyebabkan pencemaran terhadap air dan tanah. Sedangkan menurut Muslimah, pencemaran lingkungan merupakan perubahan tatanan alam yang menyebabkan penurunan kualitas lingkungan yang menjadikan lingkungan tersebut kurang baik

atau tidak berfungsi lagi yang disebabkan oleh adanya kegiatan manusia atau proses alam. Pencemaran lingkungan juga dapat dikatakan sebagai proses masuknya zat energi, makhluk hidup, dan zat-zat lainnya ke dalam sistem lingkungan yang menyebabkan kualitas lingkungan yang semakin memburuk dan merugikan makhluk hidup disekitarnya. Bahan atau zat yang dapat mencemari lingkungan dan berdampak buruk bagi makhluk hidup disebut polutan. Zat dapat dikatakan sebagai polutan apabila melebihi jumlah normal, pada posisi tempat yang tidak tepat, dan pada waktu yang tidak tepat (Kusnadi 2018).

2.4.1 Pencemaran Air

Pencemaran air merupakan kondisi yang diakibatkan oleh bahan-bahan pencemar/limbah berupa gas, partikulat, dan zat-zat yang terlarut ke dalam air sehingga terjadi penyimpangan sifat-sifat air dari keadaan normal (Rosmeiliyana dan Wardhani 2021). Dalam PP No.20/1990 Pasal 1 ayat 2 juga menyatakan bahwa “Pencemaran air adalah masuk atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, dan atau komponen-komponen lain ke dalam air oleh kegiatan manusia sehingga kualitas air turun hingga batas tertentu yang menyebabkan air tidak berguna lagi sesuai peruntukannya. Air dapat dikatakan tercemar jika sudah tidak berjalan sesuai fungsinya. Beberapa sumber pencemaran air dapat disebabkan oleh limbah industri (Bahan kimia cair atau padat, sisa bahan bakar, tumpahan minyak dan oli, kebocoran pipa minyak tanah), limbah pertanian, penggundulan hutan dan limbah pengolahan kayu, limbah perumahan dan rumah tangga (sisa-sisa makanan, plastik, kaleng, detergen, dan batu baterai) yang berperan besar dalam mencemari air permukaan maupun air tanah. Pencemaran air menimbulkan banyak sekali bakteri yang mengganggu Kesehatan makhluk hidup disekitar, bahkan hasil penelitian mengatakan bahwa diseluruh dunia setidaknya sebanyak 14,000 orang meninggal setiap hari yang diakibatkan oleh penyakit yang timbul karena pencemaran air (Rukandar 2017). Minyak jelantah termasuk dalam beberapa komponen pencemaran air, yaitu termasuk dalam bahan buangan organik dan olahan bahan pangan serta bahan buangan cairan berminyak, yang dimana hasil dari buangan itu dapat menaikkan populasi mikroorganisme secara cepat dan minyak yang dapat menutupi lapisan permukaan air. Walaupun lapisan minyak pada permukaan air dapat terdegradasi oleh penguapan sinar matahari dan mikroorganisme tertentu,

namun membutuhkan waktu yang sangat lama, sementara itu keberadaan kehidupan biota dan ekosistem tersebut akan terganggu. Menurut Rosmeiliyana & Wardhani (2021). ada dua sumber pencemaran air yaitu sumber langsung (point source) yang berasal dari titik tertentu disepanjang badan air penerima dengan sumber yang jelas, pencemaran ini berasal dari pipa pembuangan industri maupun pembuangan hasil limbah IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah). Sedangkan berikutnya adalah sumber tidak langsung (non-point source) yang merupakan sumber pencemaran yang berasal dari kegiatan rumah tangga, pertanian, domestik dan industri-industri kecil yang berasal dari penggunaan barang konsumsi.

2.4.2 Pencemaran Tanah

Pencemaran tanah dapat terjadi ketika adanya suatu zat yang merugikan atau bahan kimia yang masuk dan meresap kedalam tanah yang merubah lingkungan tanah alami. Dalam PP No.150/2000 dikatakan bahwa kerusakan pada tanah karena adanya produksi biomassa adalah berubahnya sifat dasar pada tanah yang telah melampaui kriteria baku kerusakan tanah. Beberapa kasus penyebab pencemaran tanah ialah kebocoran limbah cair atau bahan kimia industri, penggunaan obat-obatan hama (pestisida), pembuangan limbah sembarangan, kebocoran minyak yang diakibatkan kebocoran atau kecelakaan kendaraan, limbah cair dari penimbunan sampah, dan pembuangan limbah langsung ke dalam tanah yang tidak memenuhi syarat. Zat-zat berbahaya dan beracun tersebut dapat menguap karena panas sehingga dapat mencemari udara, tersapu oleh air hujan sehingga memungkinkan untuk menyebar lebih luas dan menjangkau area-area yang lain, serta dapat masuk dan meresap kedalam tanah yang kemudian mengendap menjadi zat kimia yang beracun di tanah (Kusnadi 2018).

2.5 Iklan

2.5.1 Definisi Iklan

Iklan merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk mengenalkan atau mempromosikan serta menyampaikan suatu informasi kepada khalayak luas (Santoso dan Larasati 2019). Ada tiga jenis iklan menurut Madjicara dalam jurnal Adi (2018), iklan tersebut adalah iklan komersial, iklan non-komersial, dan iklan corporate. Iklan komersial adalah iklan yang digunakan untuk mempromosikan

suatu produk atau jasa. Iklan non-komersial lebih mengarah dalam mempromosikan ide atau gagasan sebagai sumber informasi dan kepentingan masyarakat tanpa adanya keuntungan ekonomi di dalamnya. Sedangkan untuk iklan corporate lebih merujuk pada promosi suatu industri atau perusahaan guna membangun citra yang lebih baik dan berharap citra tersebut sampai kepada produk atau jasa dari industri dan perusahaan terkait. Adapun beberapa fungsi iklan menurut

2.5.2 Fungsi Iklan

Menurut Shimp yang dikutip dari jurnal Santoso & Larasati (2019), ada 4 fungsi iklan yaitu informing (memberikan informasi) yang berguna untuk menginformasikan suatu produk, jasa, acara, edukasi, fenomena dan lainnya, persuading (membujuk) yang berguna untuk membujuk masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam suatu rangkaian acara, membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa tertentu, reminding (mengingat) yang berguna sebagai pengingat suatu momen, fenomena, acara yang akan datang serta edukasi sosial yang wajib diingatkan sesering mungkin, yang terakhir adalah adding value (memberikan nilai tambah) yang berguna sebagai ajang untuk menaikkan citra perusahaan ataupun produk atau jasa yang ditawarkan.

2.6 Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Rachmat Kriyanto, Ph.D tahun 2021 dalam bukunya yang berjudul *Best Practice Human (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah* mengatakan bahwa iklan layanan masyarakat adalah iklan yang memiliki satu atau beberapa pesan yang mengingatkan masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam program-program pemerintah demi kemaslahatan dan kepentingan Bersama terhadap suatu permasalahan sosial (Kumparan.com). Begitu juga seperti yang dikutip pada jurnal Mukaromah et al (2017), bahwa iklan layanan masyarakat digunakan untuk memberikan atau menyampaikan informasi dan mempersuasi khalayak untuk orientasi fungsi sosial dan tidak berorientasi pada ekonomi (komersial). Pujiyanto mendefinisikan bahwa iklan layanan masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik masyarakat luas yang tidak berorientasi pada keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial tersebut meliputi perubahan perilaku, kesadaran sikap

dan penambahan wawasan dan ilmu pengetahuan terhadap suatu permasalahan sosial yang hal itu sangat penting untuk kualitas hidup masyarakat itu sendiri (Nisa 2015).

Disisi lain, iklan masyarakat juga dapat dikenal sebagai suatu jenis periklanan yang dilakukan oleh organisasi atau kelompok tertentu guna mencapai suatu tujuan sosial terutama untuk kebaikan dan kesejahteraan masyarakat. Adapaun definisi iklan menurut Cromton & Lamb yang mengatakan bahwa “Iklan layanan masyarakat adalah suatu jenis iklan yang dibuat dengan biaya yang tidak besar dan tidak komersial yang bertujuan untuk mmempromosikan program-program atau kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pemerintah atau digunakan oleh organisasi-organisasi kemasyarakatan yang non-profit dan sebagai iklan yang berfungsi untuk kepentingan masyarakat” (Adi 2018).

Iklan layanan masyarakat tidak terikat oleh penataan yang ketat, perancangan suatu pesan yang rumit, pemilihan media yang rumit, serta penentuan target audiens maupun pemilihan tempat dan waktu yang sesuai. Iklan layanan masyarakat menjual ide atau gagasan yang biasanya berisi pesan ajakan dan himbauan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan dan perilaku di masyarakat (Baihabi 2018). Menurut Ad Council yang merupakan dewan periklanan di Amerika Serikat, ada beberapa kriteria iklan layanan masyarakat yang perlu diketahui, yaitu:

1. Non-komersial
2. Non-Politik
3. Berwawasan Nasional
4. Tidak bersifat keagamaan
5. Ditujukan untuk semua lapisan masyarakat
6. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima
7. Iklan berdampak dan berkepentingan tinggi
8. Dapat diiklankan (Kumparan.com)

2.6.1 Manfaat Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Adi (2018) ada beberapa manfaat yang didapat dari iklan layanan masyarakat, sebagai berikut:

1. Iklan layanan masyarakat telah dimanfaatkan di negara-negara maju guna memperbaiki masalah-masalah yang menyangkut kebiasaan masyarakat atau perubahan nilai moral dan meningkatkan sikap kesadaran diri.
2. Suatu upaya untuk menggerakkan solidaritas di masyarakat terhadap masalah sosial yang dihadapi yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum.

2.6.2 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Bovee dalam jurnal Baihaba (2018), iklan masyarakat memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1. Merangsang penelitian atas suatu informasi
2. Merubah kebiasaan aktivitas
3. Memperbaiki sikap masyarakat
4. Mengurangi pemborosan atau perusakan sumber daya alam
5. Mengkomunikasikan kebijakan pemerintah
6. Menginformasikan jalan keluar atau solusi

2.7 Kampanye Sosial

Ramlan mendefinisikan kampanye sosial sebagai proses mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu yang berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan serta bersifat non-komersil. Disisi lain Menurut Roger dan Storey, kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang telah terencana dengan tujuan utama yaitu menciptakan efek atau dampak tertentu pada sebagian besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Ardiana, Damayanti, dan Muljosumarto 2016). Adapun elemen-elemen penting dalam suatu kampanye sosial yang perlu diketahui, yaitu:

1. The Intended Effect (Efek yang diinginkan)

Perlu adanya penentuan efek yang jelas yang merupakan tujuan utama dari pengadaan kampanye tersebut sebelum menentukan elemen pendukung kampanye agar mendapat pencapaian yang detil dan signifikan.

2. Competing Communication (Komunikasi Bersaing)

Dalam merencanakan sebuah kampanye, perlu memperkirakan kemungkinan-kemungkinan terburuk yang berpotensi mengganggu jalannya kampanye serta mencari jalan keluar atau solusi dari masalah tersebut sehingga kampanye yang diadakan dapat berjalan lebih efektif.

3. The Communication Objective (Tujuan Komunikasi)

Perlu adanya tujuan jangka Panjang yang menentukan arah pelaksanaan kampanye. Sebuah arah yang fokus akan memengaruhi strategi pelaksanaan dan hasil akhir dari kampanye.

4. Target Population and the Receiving Group (Populasi sasaran dan kelompok penerima)

Hal ini mengacu pada kelompok atau lapisan masyarakat yang dilayani dalam program-program yang dirancang. Target populasi bersifat general dengan berbagai macam karakteristik, sedangkan kelompok penerima adalah sejumlah bagian dari target populasi yang dipilih melalui seleksi spesifikasi.

5. The Channel (Saluran)

Jenis saluran komunikasi atau media promosi yang digunakan harus terkait dengan pesan-pesan yang di sebar dan keseharian dari kelompok penerima. Pemilihan media yang akrab dan menyentuh kelompok penerima adalah strategi pemilihan media yang tepat digunakan dalam kampanye sosial.

6. The Message (Pesan)

Tahap awal berkampanye adalah membangun awareness dan memberikan informasi edukatif bagi sasarannya. Tahap selanjutnya adalah mempersuasi atau memengaruhi perilaku sasaran yang kemudian tahap terakhir adalah membentuk pola perilaku atau membangun sikap sasaran menjadi lebih bijaksana dan humanis.

2.8 Media Promosi

Perubahan teknologi menjadi lebih maju terutama pada media informasi telah mengembangkan dan mengubah cara promosi di era digital lebih mudah dan lebih efektif. Beberapa media digital yang sering digunakan saat ini adalah dengan melalui media sosial, website, mesin pencari dan lain sebagainya. Selain karena biaya promosi yang lebih murah, promosi digital dapat lebih menjangkau banyak

orang di seluruh dunia dengan lebih mudah dan cepat (Lustono dan Laila Cahyani 2020). Media promosi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk kegiatan promosi. Saat ini media promosi dapat dibagi menjadi dua yaitu media promosi konvensional dan media promosi non-konvensional. Contoh media promosi lainnya adalah flyer, poster, billboard, brosur, leaflet, iklan koran, televisi, dan media online lainnya (Amaliah, Fianto, dan Yosep 2015).

2.8.1 Media Promosi Elektronik

Sejalan dengan topik bahasan yaitu video iklan layanan masyarakat, maka kita akan berfokus pada media promosi yang digunakan yaitu media promosi elektronik. Media elektronik sendiri merupakan media yang paling efektif dan banyak digunakan karena dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Media elektronik terdiri atas media audio, media visual, dan media audio visual. Media elektronik mengalami perkembangan dan perubahan sejalan dengan perkembangan sosial dan teknologi informasi. Dari perkembangan inilah para pelaku periklanan melakukan inovasi dan perbaikan strategi promosi mereka (Wulandari 2019).

2.9 Video

Menurut Kheydi, video adalah media yang memiliki unsur audio dan visual, dimana media ini dapat didengar suaranya maupun untuk dilihat gerakannya sehingga membuat tampilan menjadi lebih menarik (Arifin 2018). Disisi lain pengertian video menurut Christianto Widjaja dalam jurnal mengatakan bahwa video adalah rangkaian dari banyak frame gambar yang diputar dengan cepat. Masing-masing frame merupakan hasil rekaman dari suatu gerakan yang terjadi. Video memiliki kekuatan merebut sebesar 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi kedalam jiwa manusia melalui indera mata dan telinga, serta mampu untuk membuat penonton pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengarkan di video yang ditayangkan (Larichy 2020). Adapun beberapa jenis-jenis dari video dan sudut pengambilan gambar (Angle) menurut Permana (2020):

2.9.1 Jenis-Jenis Video

Adapun beberapa jenis-jenis video, diantaranya:

1. Video Promosi

Sebuah media gambar bergerak yang menyajikan audio dan visual mengenai penjelasan suatu produk atau jasa dengan tujuan menarik minat calon konsumen untuk memberi atau mengkonsumsi.

2. Video Edukasi

Media gambar bergerak yang berisi pesan-pesan pembelajaran yang baik yang digunakan untuk membantu mengatasi pemhaman akan suatu materi pembelajaran mmenjadi lebih mudah dan efisien.

3. Video Dokumenter

Media gambar bergerak yang merekam atau mendokumentasikan suatu momen yang digunakan untuk mempresentasikan kenyataan dan menampilkan kembali fakta yang ada dalam kehidupan.

2.9.2 Sudut Pengambilan Gambar (Angle)

Teknik pengambilan gambar pada video iklan layanan masyarakat biasanya hanya menggunakan teknik still yaitu teknik pengambilan gambar dengan posisi lensa dan kamera statis atau diam di tempat. Namun teknik tersebut digunakan dengan sudut pandang (angle) yang berbeda beda agar tidak monoton, berikut adalah beberapa macam sudut pengambilan gambar yang umum digunakan:

1. Bird Eye

Sudut pengambilan gambar yang diambil dengan ketinggian kamera lebih rendah dari objek yang membuat tampilan lingkungan yang lebih luas dan berbeda lain disekitarnya tampak kecil.

2. Frog Eye

Sudut pengambilan yang merupakan kebalikan dari Bird Eye, yaitu dengan pengambilan gambar pada kamera lebih rendah dari objek yang membuat hasil rekaman membuat objek jauh lebih besar.

3. Eye Level

Eye level atau normal shot yaitu pengambilan gambar yang diambil sejajar dengan objek.

4. Close Up

Sudut pengambilan gambar yang memberikan pandang objek lebih jelas. Sudut ini biasanya diambil dari leher sampai atas kepala objek.

5. Medium Shot

Sudut ini memiliki sudut pandang pengambilan gambar yang lebih jauh dari close up. Biasanya sudut pengambilan gambarnya dari atas kepala hingga pinggang.

6. Long Shot

Sudut pengambilan gambar yang jauh, sudut pandangnya memperlihatkan seluruh bagian tubuh objek, mulai dari atas kepala hingga kaki. Sudut ini juga diterapkan guna memperlihatkan latar belakang dari objek yang direkam.

2.10 Editing

Editing video merupakan suatu proses penyusunan dan penataan potongan gambar foto ataupun rekaman video yang telah usai proses perekamannya (Nardi, 1997).

2.10.1 Jenis-Jenis Editing

Terdapat 3 macam editing video menurut Joseph V. Mascelli (1998) yaitu:

1. Editing Kontinuitas

Merupakan jenis editing yang dilakukan dengan cara menggabungkan beberapa potongan gambar yang cocok dengan shot dan angle yang berbeda menjadi satu.

2. Editing Kompilasi

Jenis editing yang menggunakan narasi sebagai pendukung nya, dimana editor diwajibkan untuk mencocokkan hasil rekaman dengan isi dari narasi. Biasanya editing jenis ini diterapkan pada video sejarah, laporan perjalanan maupun video dokumenter.

3. Editing Kontinuitas dan Kompilasi

Merupakan jenis editing yang menggabungkan antara editing kontinuitas dan editing kompilasi.

2.11 Storyboard

Soenyoto dalam jurnalnya mengatakan bahwa storyboard adalah sebuah bahan visual yang semula berbentuk bahasa tulisan menjadi bahasa gambar atau bahasa visual yang filmis (Nurdin, 2020). Disisi lain menurut Sutopo, storyboard adalah papan cerita yang merupakan sketsa gambar yang sengaja disusun secara beruntun berdasarkan isi sebuah naskah cerita. Storyboard mempermudah pengarang cerita dalam memberikan bayangan sebuah jalan cerita karena disajikan dalam beberapa gambar (Kusuma 2019).



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan di karya ilmiah ini, metode penelitian yang dipakai adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metodologi yang dimanfaatkan untuk prosedur penelitian dan menghasilkan data deskriptif dengan cara peneliti terjun secara langsung ke lapangan dan mengamati fenomena yang terjadi dengan mengambil data melalui observasi dan wawancara yang ditulis menggunakan kata-kata secara mendetail dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok benda, atau suatu latar peristiwa sosial seperti contohnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian (Hamidi, 2010:95). Unit analisis dalam penelitian bahaya minyak jelantah bagi lingkungan yaitu komunitas peduli lingkungan yang bergerak di sektor limbah minyak jelantah sekaligus pengepul minyak jelantah di Surabaya dan sekitarnya, serta akademisi dan ahli teknik lingkungan Surabaya. Salah satu unit analisis yang diambil dari komunitas pecinta lingkungan sekaligus pengepul minyak jelantah adalah “Komunitas Muda Mudi Surabaya” atau yang disingkat (KMS), konsumen dari KMS, serta akademisi ahli yaitu kepala program studi Teknik Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga Surabaya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Observasi

Observasi yang dilakukan pada obyek penelitian media kampanye sosial bahaya minyak jelantah ini adalah dengan mengamati dan mengunjungi secara langsung komunitas peduli lingkungan sekaligus pengepul minyak jelantah “Komunitas Muda Mudi Surabaya” yang berlokasi di Rumah Edukasi, JL. Kendangsari gang 4 no. 82, Kota Surabaya, Jawa Timur. Komunitas Muda Mudi Surabaya atau yang disingkat dengan KMS sendiri merupakan salah satu komunitas

peduli lingkungan, pendaur ulang sampah, sekaligus pengepul minyak jelantah terbesar dari sekian banyak komunitas peduli lingkungan yang merangkap juga sebagai pengepul minyak jelantah. KMS sendiri telah mendapatkan banyak prestasi dan apresiasi dari pihak swasta maupun pemerintah negeri, oleh karena itu komunitas ini sering hadir ke dalam berita maupun acara lainnya. KMS tidak hanya menangani sektor limbah minyak jelantah saja, namun juga limbah lain seperti plastik dan sampah organik. Beberapa data yang dibutuhkan pada tahap observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung tahapan yang ada antara lain, pengenalan minyak jelantah, bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan, proses transaksi pengumpulan minyak jelantah, serta tahap pengolahan minyak jelantah yang telah dikepul guna mendapatkan informasi terkait arah tujuan akhir dari minyak jelantah tersebut.

3.3.2 Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan Zubaid atau biasa dikenal dengan “Cak Ubed” selaku pendiri Komunitas Muda Mudi Surabaya (KMS), beserta konsumen yang memiliki hubungan transaksi dengan “KMS”. Wawancara juga dilakukan dengan seorang akademisi yaitu Dr. Eko Prasetyo K, ST, DEA selaku kepala program studi Teknik Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga Surabaya. Data deskriptif yang dibutuhkan dalam tahap wawancara antara lain, penyebab minyak jelantah dikatakan berbahaya bagi lingkungan, dampak membuang minyak jelantah sembarangan, penyebab banyaknya masyarakat yang masih membuang minyak jelantah sembarangan, faktor-faktor yang menjadi penyebab kurangnya wawasan dan keaktifan masyarakat dalam masalah ini, proses transaksi pembelian minyak jelantah milik konsumen oleh pengepul, serta hasil akhir dari pengepulan minyak jelantah (daur ulang dan ekspor).

3.3.3 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan buku, jurnal dan sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian sebagai pendukung dan penguat karya ilmiah penelitian yang diciptakan. Penelitian ini didukung oleh beberapa jurnal referensi dan website yang diambil melalui internet dari sumber

yang asli dan tepercaya. Beberapa jurnal yang diambil sebagai referensi adalah jurnal yang mengangkat kampanye sosial, video iklan layanan masyarakat serta jurnal informasi tentang minyak jelantah yang sesuai dengan topik terkait penelitian ini. Sedangkan untuk referensi website yang diambil menyangkut pada informasi data statistik dan informasi lainya terkait minyak jelantah.

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Pengumpulan Data

Hasil data yang didapat dari proses observasi, wawancara, dan studi literatur dikumpulkan menjadi satu, lalu selanjutnya akan memasuki tahap analisa data.

3.4.2 Reduksi Data

Pada tahap ini, data yang telah didapatkan dari hasil penelitian bahaya minyak jelantah bagi lingkungan akan dipilah dan direduksi, membagi dalam beberapa golongan data, mengerucutkan data sampai menghilangkan data yang tidak diperlukan, sehingga akan muncul sebuah pandangan yang lebih terarah, serta dapat mempermudah dalam tahap berikutnya.

3.4.3 Penyajian Data

Beberapa data dari hasil penelitian bahaya minyak jelantah bagi lingkungan yang akan disajikan dalam karya ilmiah ini berupa paragraf singkat yang berisi poin-poin penting dari hasil penelitian yang tersusun rapi dan valid. Data yang disajikan juga didukung dengan hasil observasi, wawancara, dan studi literatur yang diambil. Penyajian data berguna untuk memperkuat data hasil dari reduksi data agar dapat ditarik kesimpulan secara keseluruhan.

3.4.4 Penarikan Kesimpulan

Data keseluruhan dari bahaya minyak jelantah bagi lingkungan yang telah melewati tahap reduksi dan penyajian data akan ditarik beberapa kesimpulan dengan tetap memperhatikan dan mengacu pada tujuan permasalahan berupa kata kunci atau pemecahan permasalahan tersebut yang setelah itu dilanjutkan pada tahap pembuatan konsep perancangan atau alur desain.

3.5 Studi Kompetitor

Permasalahan pembuangan limbah minyak bekas atau minyak jelantah sembarangan sudah terjadi di masyarakat sejak dahulu. Dalam mengatasi permasalahan tersebut perlu adanya media informasi dan edukasi yang baik sehingga informasi tentang bahaya membuang minyak jelantah sembarangan dapat tersalurkan ke masyarakat luas dengan cepat. Sampai saat ini, pemerintah belum memproduksi iklan layanan masyarakat terkait bahaya minyak jelantah, entah itu bahaya untuk lingkungan maupun untuk tubuh. Setelah ditelusuri, hanya terdapat satu video iklan layanan masyarakat yang beredar, video itu dibuat dan dipublikasikan oleh beberapa mahasiswa dan mahasiswi. Menurut peneliti, video tersebut dirasa kurang dalam segi visualnya, penggunaan teknik kamera dan pemilihan angle kurang tepat, begitu juga dengan alat perekam yang digunakan masih kurang baik.

3.6 Analisis S.W.O.T

3.6.1 Strength

Video iklan layanan masyarakat yang telah dirancang dan akan diproduksi dalam karya ilmiah ini memiliki keunggulan dalam segi visual, alur, dan pesan-pesan yang disampaikan. Dalam video iklan layanan masyarakat yang akan dibuat menggunakan model narasumber yang ahli di bidangnya, penggunaan studio sebagai lokasi pengambilan gambar, penggunaan kamera semi-profesional, serta editing video yang baik.

3.6.2 Weakness

Kelemahan dalam video yang akan dibuat adalah tidak dapat menampilkan pengolahan minyak jelantah secara keseluruhan, karena akan menghabiskan banyak durasi dan beberapa adalah rahasia perusahaan.

3.6.2 Opportunity

Video iklan layanan masyarakat tentang bahaya minyak jelantah bagi lingkungan ini memiliki peluang besar untuk banyak ditonton oleh masyarakat luas karena minimnya kompetitor yang ada, selain itu video ini dapat menjadi sumber referensi, serta dapat menjadi media pendukung yang berguna bagi banyak komunitas dan pengepul di sektor minyak jelantah sebagai media berkampanye

guna memberikan informasi dan edukasi terkait bahaya minyak jelantah kepada masyarakat.

3.6.2 Threats

Adanya kompetitor baru yang lebih unggul di tahun-tahun berikutnya, yang menyebabkan video iklan layanan masyarakat ini menurun popularitasnya sehingga kurang dikenal dan ditonton lagi di masyarakat.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Data tersebut akan dianalisis kembali agar dapat direduksi sampai ditarik kesimpulan. Berikut merupakan hasil analisis data dari teknik pengumpulan yang telah dilakukan:

4.1.1 Hasil Observasi

Observasi dilakukan sejak tanggal 30 Mei sampai dengan 7 Juni 2022 sebanyak 4 kali kunjungan di Rumah Edukasi, JL. Kendangsari gang 4 no. 82, Surabaya, Jawa Timur. Adapun beberapa hasil yang didapat berdasarkan kegiatan pengamatan yang telah dilakukan, yaitu:

1. Rumah Edukasi atau tempat perkumpulan dari Komunitas Muda Mudi Surabaya (KMS) dihiasi dengan banyak sekali kerajinan daur ulang, mulai dari sampah organik, plastik, maupun minyak jelantah. Limbah minyak jelantah yang telah didaur ulang berupa, sabun, aroma terapi, serta lilin.
2. Terdapat beberapa anggota komunitas yang sedang mendaur ulang beberapa sampah, termasuk limbah minyak jelantah.
3. Bahan baku untuk daur ulang minyak jelantah lebih banyak didapat dari hasil pemungutan oleh anggota KMS dengan mendatangi rumah warga, sedangkan hanya sebagian kecil warga yang aktif dan konsisten untuk menyetorkan secara langsung kepada KMS.
4. KMS menerima pembelian minyak bekas/minyak jelantah milik konsumen dengan harga 5.000 per kilogram nya.
5. KMS telah memberikan edukasi akan bahaya minyak jelantah kepada warga sekitar, namun jangkauan konsumen KMS terbilang cukup sempit, hanya sebatas warga sekitar Rumah Edukasi, yang itu berarti banyak orang yang belum teredukasi untuk membuang limbah minyak jelantah ke tempat yang benar.

6. Minimnya konsumen yang menyetorkan minyak jelantahnya kepada para pengepul disebabkan karena kurangnya media promosi dan edukasi, juga belum adanya video iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait masalah minyak jelantah ini.
7. Media yang digunakan untuk menyetorkan minyak jelantah adalah botol air mineral ukuran 600ml sampai dengan 1,5 liter, sedangkan media untuk menampung hasil minyak jelantah menggunakan jirigen.

4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan dengan beberapa pihak terkait topik masalah yang diangkat agar peneliti mendapatkan data sesuai kebutuhan sehingga perancangan video iklan layanan masyarakat ini dapat lebih baik dan berkualitas.

1. Zubaid

Wawancara pertama dilakukan dengan mewawancarai Bapak Zubaid (Cak Ubed), selaku ketua sekaligus pendiri Komunitas Muda Mudi Surabaya milik Yayasan Karya Muda Sejahtera. Wawancara dilakukan pada tanggal 2 Juni 2022. Mengatakan bahwa pembuangan minyak bekas/minyak jelantah sembarangan masih sangat terjadi di masyarakat, ada beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat masih membuang minyak jelantah mereka ke saluran air seperti wastafel, selokan, bahkan ke sungai, faktor pertama disebabkan karena media untuk edukasi dan promosi masih kurang digencarkan, sehingga masyarakat banyak yang belum sadar dan masih melakukan hal yang sama yang dianggap remeh. Di zaman yang sudah canggih ini seharusnya pemberian edukasi dan promosi tidak perlu lagi dilakukan dengan mendatangi lokasi fisik, tapi cukup dengan melakukannya secara online, bahkan cara online pun dapat menghadirkan audiens yang jauh lebih banyak. Faktor kedua adalah jauhnya jarak dengan tempat pengepul yang ada. Karena usaha pengepulan minyak ini terbilang cukup jarang, dan lokasinya belum banyak yang strategis, sehingga masyarakat yang lokasi rumah atau depot makanannya jauh dari pengepul merasa malas bepergian jauh hanya untuk menyetorkan minyak jelantah yang jumlahnya tidak banyak. Hal itu sangat disayangkan, padahal selain disetorkan ke pengepul, minyak jelantah masih bisa diolah sendiri menjadi kerajinan tangan seperti sabun dan lilin. Para pengepul minyak jelantah juga mulai berinovasi

dengan menyediakan penjemputan minyak jelantah ke rumah dengan kuantiti khusus, hal itu bisa dimanfaatkan masyarakat dengan mengumpulkan dahulu minyak jelantah mereka kedalam satu tempat hinggal terbilang banyak dan mencukupi untuk diambil oleh para pengepul, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

2. Agus

Wawancara kedua dilakukan Bersama salah satu warga yang aktif menyetorkan minyak jelantah ke Komunitas Muda Mudi Surabaya (KMS) yaitu Bapak Agus. wawancara dilakukan pada 2 Juni 2022. Agus menjelaskan bahwasanya masyarakat masih sering menggunakan cara yang cepat dan simpel dengan membuang minyak ke saluran air mereka dan belum terbiasa untuk menyetorkan minyak jelantahnya ke pengepul. Hal itu dikarenakan masyarakat banyak yang belum tahu bahwa minyak jelantah itu dapat dijual kembali kepada para pengepul. Padahal minyak jelantah yang dibuang itu akan menjadi sia-sia, lebih baik dijual kembali dan mendapatkan uang, yang nantinya uang itu dapat dikumpulkan atau dapat dibelanjakan kembali untuk membeli minyak goreng yang baru.

3. Dr. Eko Prasetyo K, ST, DEA

Wawancara yang ketiga dilakukan dengan mewawancarai seorang akademisi yaitu Dr. Eko Prasetyo K, ST, DEA atau yang disapa Bapak Eko selaku kepala program studi Teknik Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Airlangga Surabaya. Wawancara dilakukan pada 15 Juni 2022. Mengatakan bahwa minyak jelantah mengandung sejumlah senyawa yang berbahaya bersifat karsinogenik yang pada suhu tertentu kandungan tersebut dapat membeku dan menyumbat saluran air. Saat ini masih banyak sekali masyarakat yang membuang minyak jelantahnya di wastafel rumah, selokan, maupun sungai di daerah sekitarnya. Hal itu telah menjadi kebiasaan di masyarakat yang tanpa sadar dapat dicontoh dan terus turun-temurun. Beberapa faktor yang mendasari hal tersebut adalah kurangnya minat masyarakat untuk mengetahui dan mempelajari bahaya dan dampak yang ditimbulkan ketika membuang minyak jelantah sembarangan, kurangnya gerakan kampanye sosial terkait masalah ini,

dan kurangnya wawasan yang didapat dan diajarkan karena minimnya media edukasi terkait.

4.1.3 Hasil Dokumentasi



Gambar 4. 1 Kegiatan Sosialisasi dengan Ibu PKK



Gambar 4. 2 Kegiatan Pelatihan Daur Ulang Bersama Murid

4.1.4 Hasil Studi Literatur

Sumber studi literatur yang digunakan oleh peneliti sebagai bentuk acuan dan dukungan dalam perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah ini adalah e-book yang dibuat dan diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2012 dengan judul “Kreatif Dalam Iklan Layanan Masyarakat” yang mengulas secara detail tentang iklan layanan masyarakat yang baik dan benar, mulai dari perbedaan iklan layanan masyarakat dengan iklan lainnya, ciri dan ketentuan, fungsi, persiapan, sampai ke tahap format dan alur pembuatannya. Sumber studi literatur lainya diambil dari buku karya Iwan Binanto yang berjudul “Multimedia Digital Dasar Teori” yang di dalam nya membahas tentang videografi,

mulai dari penyusunan konsep video, teknik videografi, sampai ke pengeditan klip video yang baik sehingga dapat memaksimalkan fungsional video yang diciptakan guna menjadi solusi untuk masalah yang diangkat.

4.2 Hasil Analisis Data

Data yang telah didapatkan, selanjutnya akan diarahkan untuk melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan sehingga akhirnya dapat ditarik kesimpulan.

4.2.1 Reduksi Data

1. Observasi

Dari hasil pengamatan yang dilakukan di Rumah Edukasi Surabaya milik Komunitas Muda Mudi Surabaya (KMS), Yayasan Karya Muda Sejahtera, menunjukkan bahwa di Rumah Edukasi milik KMS membuka tempat pelatihan mendaur ulang beberapa sampah termasuk limbah minyak jelantah, KMS juga melayani pembelian minyak jelantah milik warga seharga Rp.5.000,00/kg. Namun yang menjadi permasalahan adalah minimnya warga sekitar yang menyetorkan atau menjual minyak jelantahnya kepada KMS. Selain itu, banyaknya jumlah kunjungan atau sosialisasi dari komunitas ini cenderung berasal dari undangan luar kota terutama wilayah kabupaten. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan dan sosialisasi pun terbilang cukup sedikit. Pada zaman ini, dalam memberikan edukasi untuk membangun kesadaran masyarakat akan bahaya membuang minyak jelantah sembarangan tidak hanya dapat dilakukan dengan cara melakukan sosialisasi secara langsung, namun juga bisa dilakukan dengan cara alternatif yang sangat efektif, yaitu dengan sosialisasi secara online seperti iklan layanan masyarakat maupun adanya webinar yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta dapat menghemat lebih banyak waktu dan tenaga,

2. Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama seorang teknisi dan seorang akademisi yang ahli di bidang lingkungan mendapatkan kesimpulan bahwa saat ini masih banyak masyarakat yang masih membuang minyak jelantah sembarangan, seperti di saluran air rumah, selokan, maupun sungai disekitar. Hal tersebut telah menjadi suatu kebiasaan yang tanpa sadar telah turun-temurun.

Beberapa hal yang mendasari hal tersebut adalah minimnya minat dan wawasan masyarakat terkait bahaya dan dampak yang terjadi ketika membuang minyak jelantah sembarangan, pola pikir masyarakat untuk lebih memilih cara yang mudah, simpel, dan dapat menhemat waktu dan tenaga, serta kurangnya media edukasi dan informasi yang beredar terkait masalah ini.

3. Studi Literatur

Peneliti menggunakan dua sumber referensi guna membantu perancangan video iklan layanan masyarakat ini, yang pertama adalah e-book yang berjudul “Kreatif Dalam Iklan Layanan Masyarakat” yang dibuat dan diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tahun 2012, e-book ini digunakan untuk mengetahui beberapa aspek dalam iklan layanan masyarakat, mulai dari karakteristik, ketentuan, format sampai ke tahap alur pembuatan. Sumber literatur kedua diambil dari buku yang berjudul “Multimedia Digital Dasar Teori” karya iwan binanto yang digunakan untuk mengetahui dasar-dasar dalam ilmu multimedia termasuk di dalamnya ilmu dasar videografi dan editing yang baik.

4. Dokumentasi

Dari hasil dokumentasi yang telah diambil oleh peneliti, didapatkan bahwa KMS tengah melakukan sosialisasi kepada perkumpulan ibu PKK kendangsari dan siswa dan siswi dari Sekolah Adiwiyata SD Anugrah, KMS tidak berfokus untuk melakukan sosialisasi di semua daerah di Kota Surabaya, melainkan hanya melakukan sosialisasi ketika mendapat panggilan saja. Para siswa dan siswi terlihat sangat antusias dalam mengikuti pelatihan yang diadakan, hal ini sangat bagus karena KMS berusaha menanamkan pola pikir untuk tetap menjaga dan mencintai lingkungan sejak dini, selain itu, sosialisasi untuk target utama yaitu ibu rumah tangga juga tetap digencarkan dengan maksimal. Sosialisasi secara langsung dirasa kurang efektif di zaman saat ini, selain lebih fleksibel, penggunaan media online akan sangat efektif karena dapat menghemat waktu, biaya dan tenaga, serta dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

4.2.2 Penyajian Data

Dari hasil reduksi data diatas, maka dapat disajikan data berupa:

1. Minyak jelantah merupakan limbah B3 yang sangat berbahaya jika dibuang sembarangan, karena minyak jelantah mengandung sejumlah senyawa yang dapat membeku dan menyumbat saluran air. Selain itu minyak jelantah juga dapat mencemari dan merusak ekosistem di air maupun tanah.
2. Terget utama masyarakat yang sering membuang minyak jelantah sembarangan adalah wanita usia 17-60 tahun yang mulai dan telah aktif produksi di bidang kuliner, serta depot makanan yang mengkonsumsi minyak goreng dan menghasilkan minyak jelantah setiap harinya.
3. Saat ini masih banyak masyarakat terutama di kalangan ibu rumah tangga dan depot makanan yang masih belum tereduksi dan masih membuang minyak jelantah di saluran air pembuangan.
4. Untuk mengurangi resiko pembuangan minyak jelantah sembarangan, dibutuhkan gerakan maupun media edukasi yang tepat dan bisa sampai ke masyarakat luas.
5. Ada dua solusi agar minyak jelantah dapat dimanfaatkan kembali dan tidak dibuang sembarangan, yaitu dapat didaur ulang menjadi kerajinan tangan, serta dapat dijual ke pengepul minyak jelantah yang nantinya minyak yang dikepulkan akan diolah lagi menjadi bahan bakar biodiesel.
6. Pada zaman sekarang, masyarakat Indonesia lebih suka menonton sebuah video daripada membaca buku.
7. Salah satu media yang cocok untuk mengangkat masalah ini dan memberikan edukasi kepada masyarakat adalah dengan video iklan layanan masyarakat, karena pada dasarnya iklan layanan masyarakat bukanlah media komersial dan memang bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat.
8. Iklan layanan masyarakat akan sangat efektif karena memiliki durasi yang cenderung pendek, isi pesan yang mudah dipahami, dan visual yang menarik.
9. Pemanfaatan media online pada zaman ini merupakan cara yang simpel dan efektif, selain cocok dengan perkembangan teknologi dan kebiasaan masyarakat

saat ini, online juga dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga, serta dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

4.2.3 Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang membuang minyak jelantah sembarangan, terutama di saluran air pembuangan. Target utama dari masalah ini adalah wanita dengan usia 17-60 tahun yang mulai dan telah aktif di bidang kuliner, di dalam rumah tangga maupun depot atau rumah makan. Dibutuhkan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan ini, salah satunya adalah penggunaan media edukasi berbasis video iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat sendiri terbilang efektif guna mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat. Media video ini memiliki durasi yang singkat sehingga penonton tidak merasa bosan dan dapat melihat sampai akhir, isi pesan yang dipersingkat menjadi padat dan jelas sehingga mudah dipahami, serta tampilan visual yang menarik sehingga dapat menarik banyak audiens untuk menonton. Pemanfaatan media online saat ini juga sangat berpengaruh besar dalam mendapatkan audiens dengan jangkauan yang luas.

4.2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

a. Demografis

- 1). Usia : 18-60 tahun
- 2). Jenis Kelamin : Laki-Laki dan perempuan
- 3). Kelas Sosial : Semua kalangan
- 4). Pekerjaan : Wirausaha kuliner dan ibu rumah tangga
- 5). Pendidikan : SMA

b. Geografis

- 1). Tempat Tinggal : Desa, Kabupaten dan Kota
- 2). Wilayah : Seluruh wilayah
- 3). Negara : Republik Indonesia

c. Psikografis

- 1) Memiliki hobi memasak.
- 2) Memiliki usaha di bidang kuliner.

- 3) Ibu rumah tangga yang lebih banyak memasak sendiri daripada membeli.
- 4) Masyarakat yang belum mengetahui kerajinan hasil daur ulang dan tempat menjual minyak jelantah.

2. Targeting

Target dari perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah bagi lingkungan adalah ibu rumah tangga dan para wirausahawan di bidang kuliner.

- a) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b) Umur : 18-60 tahun
- c) Pendidikan : SMA
- d) Ekonomi : Semua kalangan
- e) Kelas Sosial : Semua kalangan

3. Positioning

Video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah bagi lingkungan ini diposisikan sebagai media edukasi dan informasi bagi masyarakat awam terutama kalangan ibu rumah tangga dan para pemilik usaha di bidang kuliner yang tidak tau akan dampak dari membuang hasil minyak bekas/minyak jelantah mereka ke saluran air dalam rumah maupun saluran air lainnya seperti selokan dan sungai, karena mayoritas masyarakat Indonesia masih awam terhadap hal tersebut, mengingat juga pemerintah Indonesia belum mengangkat maupun menerbitkan iklan layanan masyarakat terhadap masalah ini.

4.2.5 Unique Selling Proposition (USP)

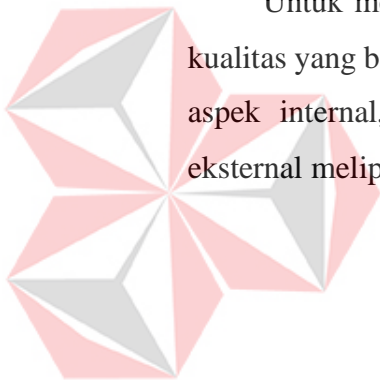
Adapun beberapa keunikan yang akan menjadi nilai tambah dalam video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah ini dari video yang sudah ada, diantaranya:

1. Proses produksi video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah dilakukan dengan menggunakan kamera dan alat lainya dengan level semi profesional.

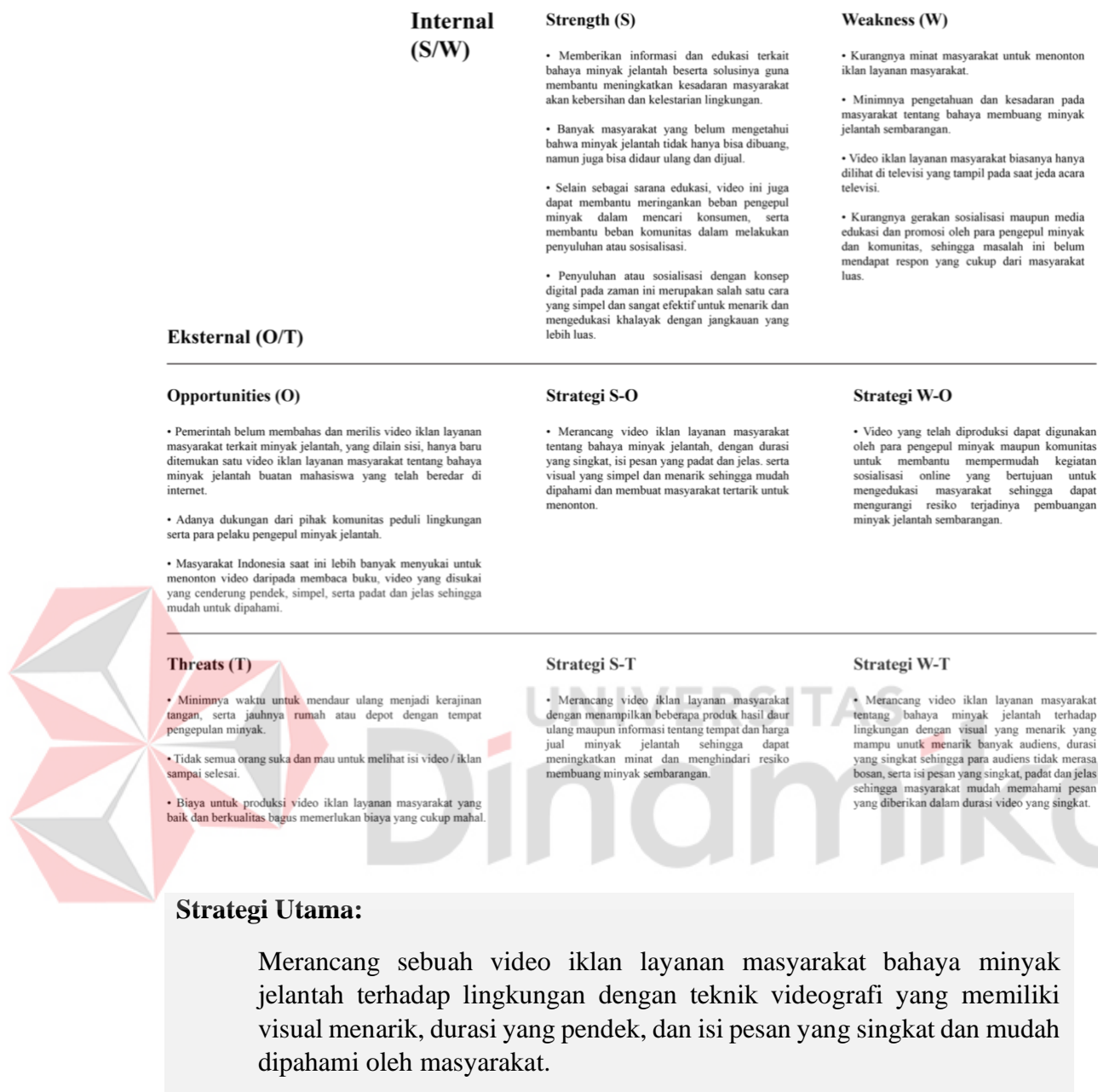
2. Pengambilan background dan lokasi berada di studio dengan tema dapur sehingga sesuai dengan tema dan dapat memudahkan audiens dalam mengenali iklan di awal mula video ditayangkan.
3. Pemeran atau talent memerankan sosok seorang bapak dan ibu yang menginterpretasikan keadaan rumah tangga.
4. Semua informasi dan edukasi diringkas sehingga menjadi padat dan jelas didalam video iklan layanan masyarakat yang berdurasi 1 menit 30 detik.
5. Menggunakan teknik videografi (pengambilan angle dan editing) yang baik sehingga dapat memperindah video yang dihasilkan.
6. Suara yang jernih serta adanya teks dan gambar pop up dalam video dapat membantu mempermudah pemahaman para audiens.

4.2.6 Analisis SWOT

Untuk menentukan konsep yang baik agar video yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik juga, maka perlu memperhatikan beberapa aspek penting seperti aspek internal, kekuatan (Strength), dan kelemahan (weakness), serta aspek eksternal meliputi peluang (opportunities), dan ancaman (threats).



UNIVERSITAS
Dinamika

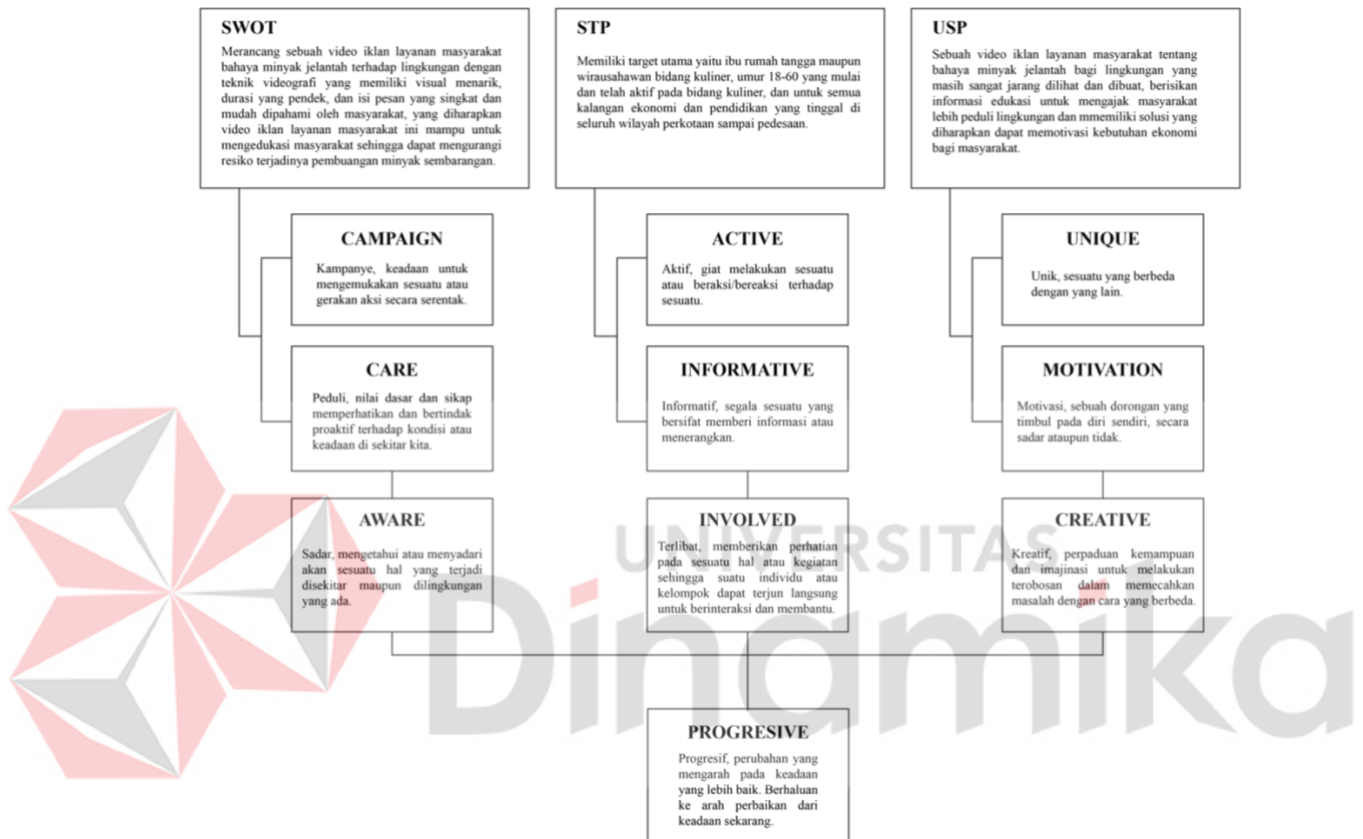


Gambar 4. 3 Analisis SWOT

4.2.7 Keyword

Dalam perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan dibutuhkan keyword atau kata kunci yang akan digunakan sebagai acuan dasar dalam perancangan media utama maupun media pendukung lainnya. Keyword disusun berdasarkan hasil konsep analisis STP, USP serta SWOT. Pada Gambar 4.2.7 merupakan proses penentuan keyword dari perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan sebagai

upacaya meningkatkan kesadaran masyarakat. Berdasarkan hasil Analisa tersebut, maka didapatkan sebuah keyword utama yaitu progressive. Progressive atau progresif bermakna perubahan yang mengarah pada keadaan yang lebih baik. Dalam hal ini, keyword yang telah didapatkan bermaksud pada harapan adanya perubahan sikap, moralitas, kesadaran diri, dan tingkah laku yang menjadi semakin baik kedepannya.



Gambar 4. 4 Keyword

4.3 Perancangan Karya

Berikut adalah perancangan karya media utama beserta media pendukung yang telah dirancang sesuai dengan keyword yang telah ditentukan.

4.3.1 Tujuan Kreatif

Konsep yang akan dipakai pada perancangan video iklan layanan masyarakat yang dibuat berkaitan dengan hasil keyword yang telah ditentukan. Keyword “progressive” akan dipakai sebagai acuan dari media utama maupun media pendukung lainnya sehingga menjadi kesatuan yang sama. Selain itu keyword “Progressive” juga dimaksudkan agar isi pesan-pesan dan visual yang akan dibuat

memiliki kesan sesuatu yang akan membangun menjadi lebih baik untuk kedepannya.

4.3.2 Strategi Kreatif

Perancangan ini membutuhkan beberapa strategi kreatif yang dapat memunculkan suatu ide dan langkah yang tepat agar dapat tersampaikan kepada sasaran yang ditentukan.

A. Visual Identity Media Kampanye Sosial

Dalam kampanye sosial penggunaan visual identity sangat diperlukan, hal ini berguna sebagai bentuk identitas untuk mengenalkan atau mengingatkan akan adanya gerakan yang bermaksud untuk mengangkat permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Identitas visual ini nantinya akan diterapkan pada media utama dan media pendukung lainnya.

1. Nama Gerakan

Berpacu pada keyword yang telah didapat yaitu “Progressive” maka nama gerakan yang sesuai dan dipilih oleh peneliti adalah “Minyak Bekasmu, Jadi Berkahmu”. Minyak jelantah merupakan kata yang belum cukup dikenal di masyarakat luas, maka dari itu penggunaan kata “minyak jelantah” akan diganti dengan kata sejenis yaitu “minyak bekas” dan digunakan pada semua media pendukung, sedangkan untuk media utama tetap menggunakan kata “minyak jelantah”. Nama gerakan tersebut diambil karena ingin terus mengingatkan masyarakat, bahwa minyak bekas dapat dijadikan sebuah barang yang berguna sampai dapat dijual kembali dan menghasilkan uang, maka dari itu diharapkan nama gerakan tersebut dapat membuat masyarakat yang hendak membuang minyak bekas/minyak jelantah sembarangan agar ingat bahwa minyak jelantah itu dapat menjadi berkah yang bermanfaat. Dilain sisi ketika masyarakat ingat akan hal tersebut, itu juga berarti dapat membantu mengurangi resiko pembuangan minyak jelantah sembarangan sehingga dapat mencegah pencemaran lingkungan.

2. Sinopsis

Di pagi hari yang cerah, seorang ibu berjalan menuju dapur untuk membersihkan beberapa piring dan alat masak yang kotor. Tanpa disadari ternyata saluran

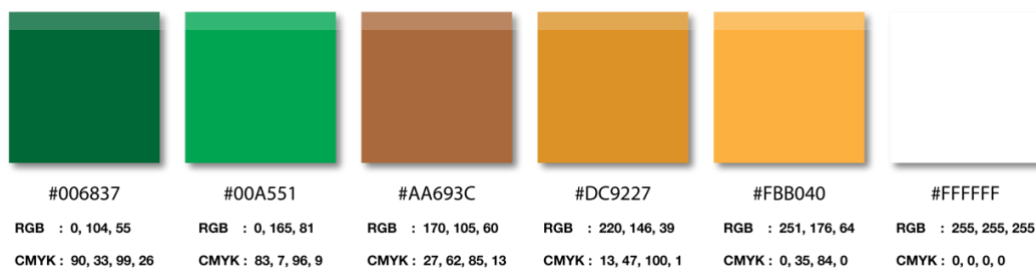
pembuangan air pada wastafel mengalami penyumbatan. Seorang bapak yang merupakan suami dari ibu itu langsung sigap menghampiri ibu yang panik. Bapak menjelaskan beberapa hal kepada ibu, mulai dari penyebab penyumbatan, bahaya dan dampak membuang minyak jelantah sembarangan, sampai ke solusi yang tepat agar tidak terjadi pembuangan minyak jelantah sembarangan.

3. Bahasa

Bahasa yang akan digunakan pengisi suara atau voice over serta beberapa teks pendukung yang akan tampil di dalam video semuanya menggunakan Bahasa Indonesia yang baku sehingga mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia untuk semua kalangan dan diseluruh wilayah indonesia. Penggunaan Bahasa Indonesia baku juga merupakan salah satu karakteristik mengingat keformalitasan dari video iklan layanan masyarakat.

4. Warna

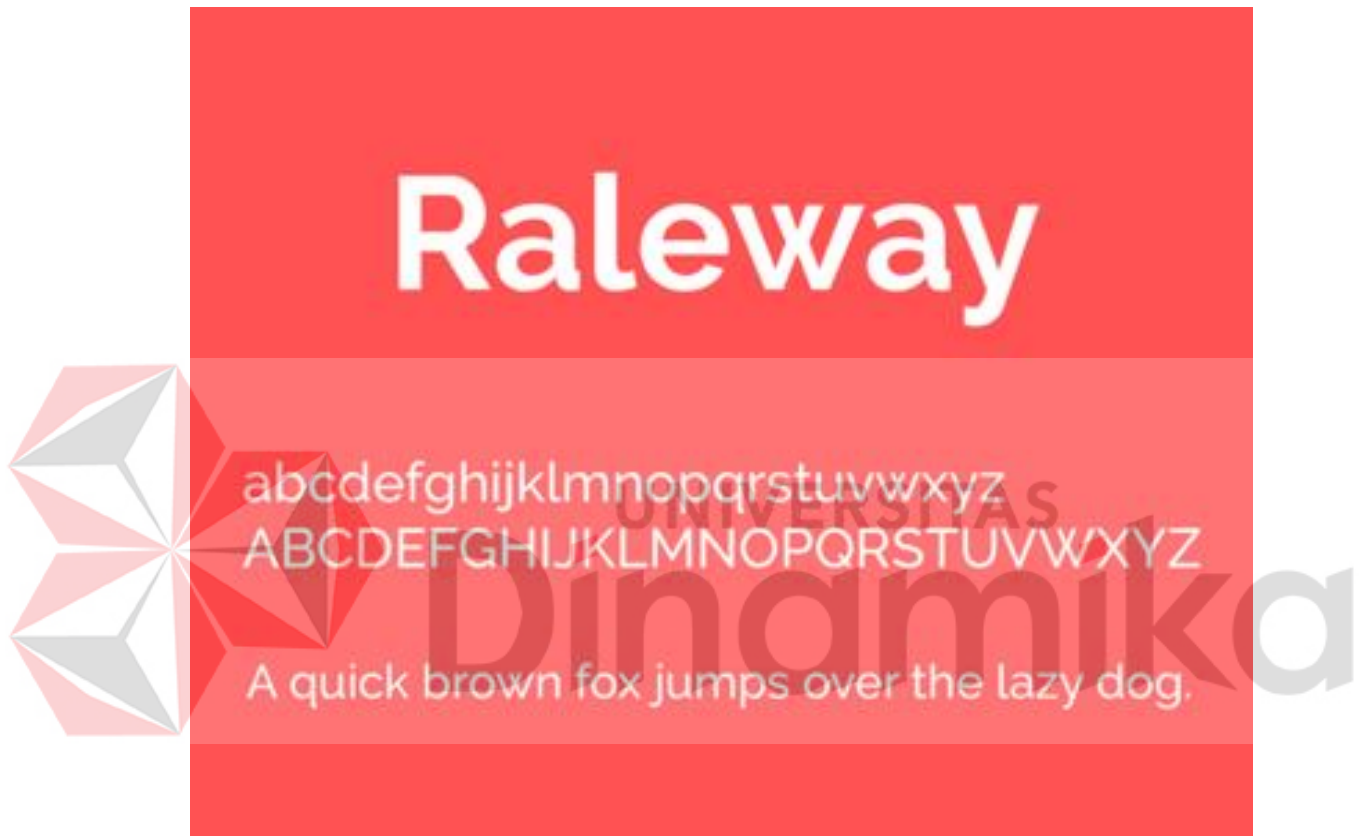
Warna-warna yang akan digunakan dalam perancangan media utama maupun media pendukung adalah warna-warna yang menginterpretasikan kebersihan, peduli lingkungan/ramah lingkungan, maupun minyak jelantah itu sendiri sebagai salah satu bentuk identitas visual sehingga mudah dikenali. Berikut adalah beberapa palet warna yang akan digunakan:



Gambar 4. 5 Warna

5. Tipografi

Tipografi yang akan digunakan sebagai teks pendukung yang ada di dalam video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan adalah font berjenis sans serif yaitu Raleway sebagai primay font dan Poppins sebagai secondary font. Kedua font ini digunakan karena bersifat semi formal, memiliki kesan yang sederhana, mudah diimplementasikan, dan mudah untuk dibaca.



Gambar 4. 6 Font Raleway



Gambar 4. 7 Font Poppins

6. Storyline

SCENE

Lokasi : Dapur
Latar Waktu : Pagi hari

Talent 1 : Ibu (Alice)
Talent 2 : Bapak (Messi)

Durasi : 90 Detik

No.	Shoot	Scene	Durasi	Audio
1.	LS	Suasana pagi hari, memperlihatkan atap rumah dengan langit dan cahaya matahari yang cerah.	00.00 - 00.04	Sfx burung berkicau
2.	LS	seorang ibu berjalan ke dapur untuk membersihkan beberapa piring dan alat masak yang kotor.	00.04 - 00.08	Sfx ayam berkokok Sfx langkah kaki
3.	MS	Ibu menyalakan keran air.	00.08 - 00.10	Sfx air mengalir
4.	CU	Wastafel dapur mengalami penyumbatan dan air mulai terbandung.	00.10 - 00.14	Sfx air mengalir Voice Over
5.	CU	Ibu berteriak memanggil bapak dengan nada kencang karena panik.	00.14 - 00.16	Voice Over
7.	MS	Bapak datang menghampiri ibu yang panik, mematikan keran air, dan coba menjelaskan penyebab terjadinya penyumbatan yang ada di wastafel kepada ibu.	00.16 - 00.30	Voice Over
8.	MS	Bapak menjelaskan dampak dari membuang minyak jelantah sembarangan.	00.30 - 00.40	Voice Over Music Background
9.	CU	Ibu bertanya solusi kepada bapak	00.40 - 00.42	Voice Over Music Background
10.	MS-CU	Bapak menjelaskan solusi dengan mengenalkan produk daur ulang minyak jelantah.	00.42 - 00.55	Voice Over Music Background
11.	CU-MS	Bapak berjalan memegang jirigen berisi minyak jelantah yang kemudian dijual kepada seorang pengepul.	00.55 - 01.10	Voice Over Music Background
12.	MS	Semua pemeran bersama-sama mengingatkan dan memberikan pesan-pesan positif.	01.10 - 01.22	Voice Over Music Background
13.	MS	Blank putih disertai logo.	01.22 - 01.30	Voice Over Music Background

Gambar 4. 8 Storyline

7. Storyboard

Title: Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan			Page:
Scene No. 1	Shot No. 1		
<p>Suasana pagi hari dengan pemandangan atap rumah langit yang cerah, dan matahari bersinar terang. Angle : Long Shoot</p>			
Scene No. 2	Shot No. 1		
<p>Suasana pagi hari, seorang ibu berjalan ke dapur untuk membersihkan beberapa piring dan alat masak yang kotor. Angle : Long Shoot</p>			
Scene No. 3	Shot No. 1		
<p>Ibu menyalakan keran air wastafel. Angle : Close up</p>			
Scene No. 3	Shot No. 1		
<p>Saluran air wastafel tersumbat dan air terlihat tergenang. Angle : Close up</p>			
Scene No. 4	Shot No. 1		
<p>Ibu berteriak kencang memanggil bapak karena panik. Angle : Close up</p>			
Scene No. 4	Shot No. 2		
<p>Bapak datang menghampiri ibu dan mematin keran air, bapak mencoba menjelaskan penyebab wastafel tersumbat. Angle : Medium Shoot</p>			
Title: Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan			Page:
Scene No. 5	Shot No. 1		
<p>Bapak menjelaskan bahaya dan dampak membuang minyak jelantah sembarangan. Angle : Medium Shoot</p>			
Scene No. 5	Shot No. 2		
<p>Ibu bertanya kepada bapak tentang solusi agar tidak membuang minyak jelantah sembarangan. Angle : Close up</p>			
Scene No. 6	Shot No. 1		
<p>Bapak menjelaskan bahwa minyak jelantah bisa didaur ulang maupun dijual. Angle : Close up</p>			
Scene No. 6	Shot No. 2		
<p>bapak menjelaskan hasil daur ulang kepada ibu. (ilustrasi hasil daur ulang minyak jelantah muncul di telapak tangan bapak. Angle : Close up</p>			
Scene No. 7	Shot No. 1		
<p>Selagi menjelaskan, bapak pergi mengambil jirigen berisi minyak jelantah yang akan dijual kepada pengepul minyak jelantah. Angle : Close up</p>			
Scene No. 7	Shot No. 2		
<p>Bapak memberikan jirigen tersebut ke pengepul minyak jelantah dan mendapatkan uang. Angle : Close up</p>			
Title: Video Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Minyak Jelantah Terhadap Lingkungan			Page:
Scene No. 8	Shot No. 1		
<p>Semua pemeran bersama-sama mengucapkan pesan-pesan positif dan nama gerakan kepada penonton. Angle : Medium shoot</p>			
Scene No. 9	Shot No. 1	Blank Putih	
<p>Blank putih sebelum penutup video. Angle : Medium shoot</p>			
Scene No. 9	Shot No. 2		
<p>Video ditutup dengan background putih dan menampilkan nama gerakan. Angle : Medium shoot</p>			

Gambar 4. 9 Storyboard

4.3.3 Implementasi Karya

A. Media Utama

Berikut adalah hasil karya video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan yang telah dipecah menjadi beberapa scene:



Gambar 4. 10 Scene 1

Scene 1 menampilkan suasana pagi hari, dengan latar belakang atap rumah, pepohonan, serta langit dan sinar matahari yang cerah.



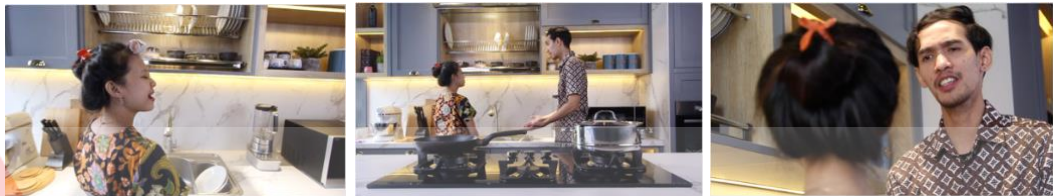
Gambar 4. 11 Scene 2

Scene 2 memperlihatkan suasana dapur dan seorang ibu yang akan mencuci piring kotor di wastafel.



Gambar 4. 12 Scene 3

Scene 3 memperlihatkan ibu yang menyalakan keran air wastafel dan terlihat wastafel rumah yang tersumbat dan membuat air tergenang dan tidak bisa masuk ke saluran pembuangan.



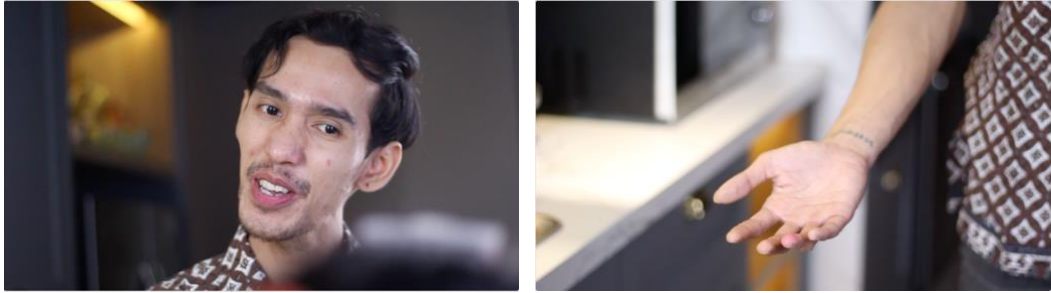
Gambar 4. 13 Scene 4

Scene 4 memperlihatkan ibu yang berteriak kencang memanggil bapak, dan bapak langsung datang menemui ibu sambil menasehatinya.



Gambar 4. 14 Scene 5

Scene 5 memperlihatkan bapak yang sedang memberitahu ibu akan bahaya dan dampak yang terjadi jika membuang minyak jelantah sembarangan.



Gambar 4. 15 Scene 6

Scene 6 masih memperlihatkan bapak yang sedang memberitahu ibu akan bahaya dan dampak yang terjadi jika membuang minyak jelantah sembarangan.



Gambar 4. 16 Scene 7

Scene 7 menampilkan ayah yang berjalan mengambil minyak jelantah dalam jirigen dan memberikannya kepada pengepul minyak jelantah untuk dijual.



Gambar 4. 17 Scene 8

Scene 8 menampilkan ibu, bapak, dan pengepul minyak jelantah yang bersama-sama memberikan pesan-pesan positif untuk para penonton.



Gambar 4. 18 Scene 9

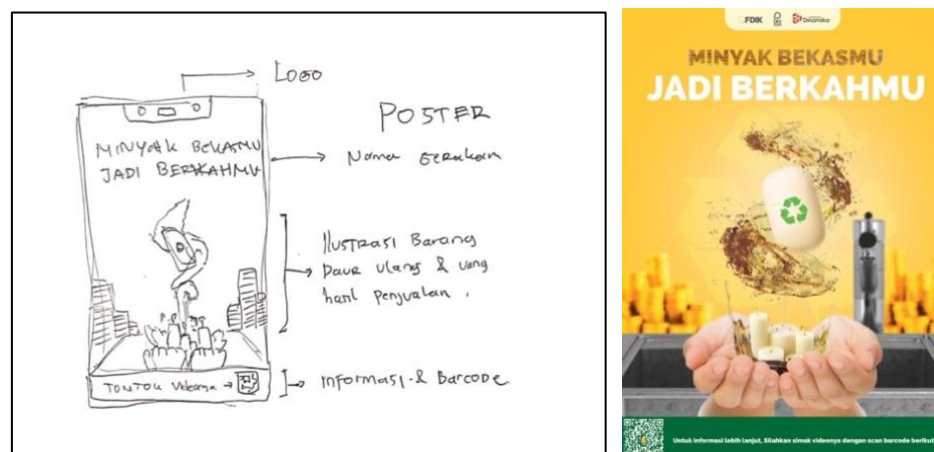
Scene 9 menampilkan blank putih yang diteruskan dengan kemunculan teks yang berisikan nama gerakan.

B. Media Pendukung

Media pendukung terdiri dari poster, brosur infografis, stiker, keychain dan video yang akan ditayangkan di Youtube, yang berfungsi sebagai penunjang mengenalkan media utama yaitu video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan.

1. Poster

Berikut merupakan desain poster yang dibuat dengan ukuran kertas A3. Poster tersebut berisikan nama gerakan, ilustrasi dari manfaat yang ditawarkan, serta barcode yang dapat digunakan untuk menuju video iklan layanan masyarakat yang dapat ditonton di Youtube.



Gambar 4. 19 Sketsa dan Hasil Media Poster

2. Flyer Infografis

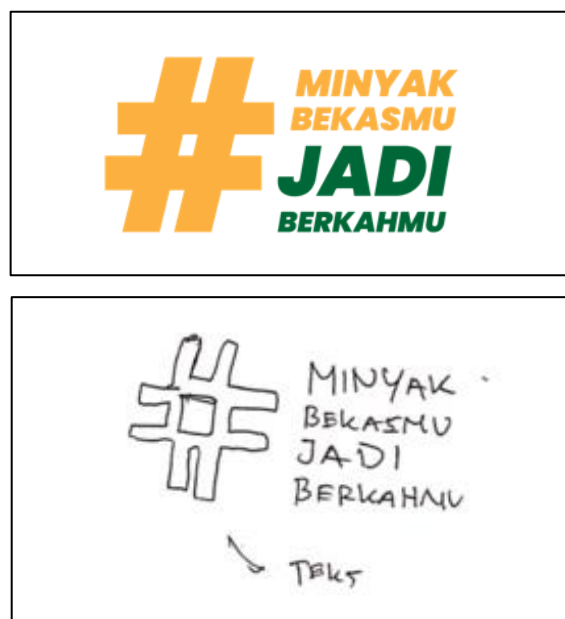
Berikut merupakan desain dari flyer infografis yang akan dicetak. Flyer ini memiliki ukuran kertas A5 dengan desain depan-belakang yang memiliki tujuan berbeda. Desain dari tampilan belakang merupakan bahaya dan dampak membuang minyak jelantah sembarangan, sedangkan tampilan depan merupakan solusi agar masyarakat awam tidak lagi membuang minyak jelantahnya sembarangan.



Gambar 4. 20 Sketsa dan Hasil Media Flyer Infografis

3. Stiker

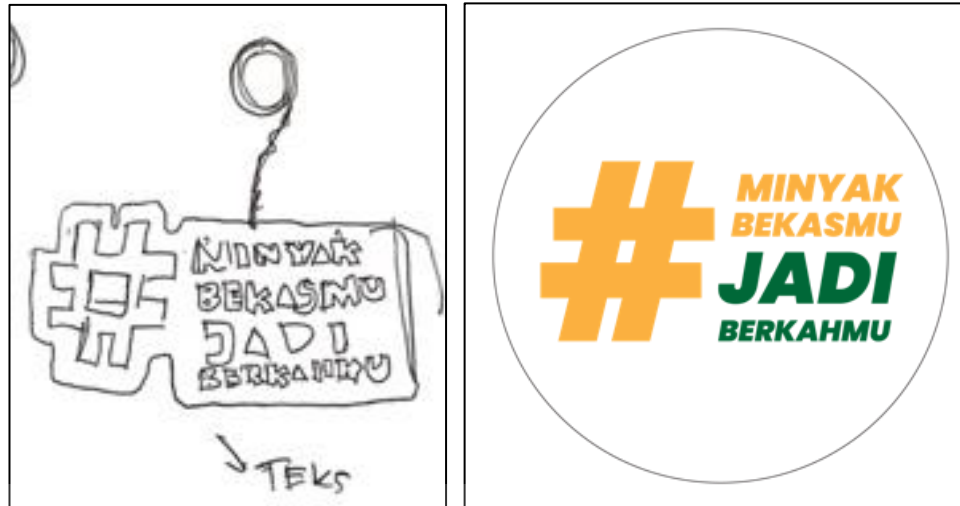
Berikut merupakan desain dari stiker yang akan dicetak. Terdapat tiga jenis stiker dengan gambar yang berbeda, stiker pertama bergambarkan logo dari gerakan yang disertai teks, stiker kedua berisikan logo gerakan, dan stiker ketiga berisikan teks typografi dari nama gerakan.



Gambar 4. 21 Sketsa dan Hasil Media Stiker

4. Keychain

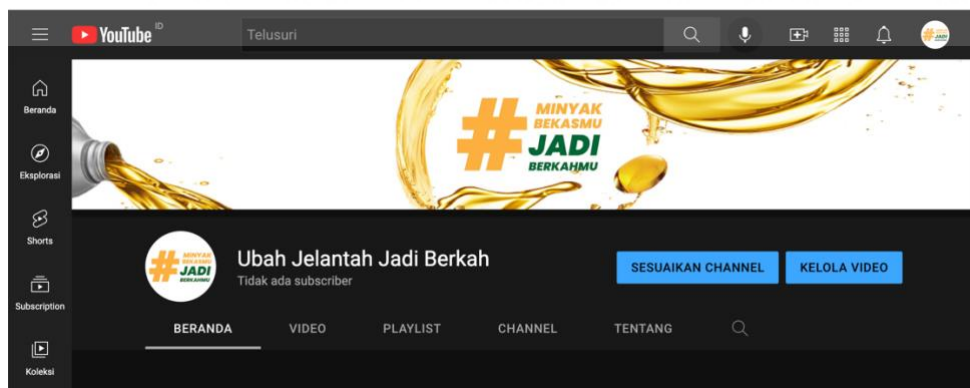
Berikut merupakan desain keychain (gantungan kunci) yang akan diproduksi. Desain keychain yang pertama berisikan logo gerakan, dan desain keychain yang kedua berisikan teks typografi dari nama gerakan.



Gambar 4. 22 Sketsa dan Hasil Media Keychain

5. Youtube

Berikut adalah cuplikan gambar dari tampilan Youtube Channel yang telah dibuat untuk mengunggah video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan.



Gambar 4. 23 Desain Akun Youtube

4.3.4 Hasil Implementasi Media

Berikut adalah hasil rancangan desain media yang telah diimplementasikan sesuai dengan media digital maupun media cetak yang akan digunakan.

1. Media Utama

Video iklan layanan masyarakat bahay minyak jelantah terhadap lingkungan menjadi media utama dalam perancangan dan karya ilmiah ini. Berikut adalah tampilan media utama yang telah diunggah ke dalam media online yaitu Youtube.



Gambar 4. 24 Video Iklan Layanan Masyarakat di Youtube

2. Media Pendukung

Media pendukung akan digunakan dalam membantu memperkenalkan media utama, berikut adalah beberapa media pendukung yang telah dirancang dan dibuat:

a. Poster

Poster dicetak menggunakan kertas ukuran A3 yang akan ditempel ditempat umum yang diperbolehkan, tujuannya adalah membantu menarik massa yang berada di tempat umum untuk menaruh perhatian dan menonton video iklan layanan masyarakat yang telah diunggah ke Youtube.



Gambar 4. 25 Poster

b. Stiker

Stiker merupakan salah satu merchandise yang akan dibagikan kepada orang-orang umum terutama kalangan ibu rumah tangga atau pemilik depot kuliner, stiker bertujuan sebagai cinderamata atau souvenir yang dapat membantu mengingatkan masyarakat tentang masalah yang terjadi dan juga dapat membantu menyelesaikan gerakan yang dilakukan.



Gambar 4. 26 Stiker

c. Keychain

Sama halnya dengan stiker, keychain atau gantungan kunci ini memiliki fungsi yang sama seperti stiker, memiliki desain yang mirip namun berbeda dalam bentuk fisik yang dihasilkan.



Gambar 4. 27 Keychain

d. Flyer Infografis

Media ini dicetak pada kertas ukuran A5 yang nantinya akan dibagikan kepada masyarakat umum terutama yang sesuai dengan target yang dituju. Berbeda dengan poster, flyer ini berisikan infografis yang di dalamnya menjelaskan tentang bahaya minyak jelantah bila dibuang sembarangan, serta pada bagian sebaliknya menjelaskan tentang solusi yang dapat dilakukan sehingga tidak terjadi pembuangan minyak jelantah sembarangan.



Gambar 4. 28 Flyer Infografis

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui penelitian yang telah dirancang dengan berbagai macam tahapan yang ada, kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan, yang dibuat dengan berdasar pada konsep Progressive yang bermakna perubahan ke arah yang lebih baik dari sebelumnya, yang bermaksud sebagai suatu bentuk perkembangan atau perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik yaitu dengan tidak mencemari lingkungan dengan minyak jelantah hasil olahan. Minimnya media edukasi dan informasi terkait masalah ini membuat video iklan layanan masyarakat yang dirancang ini dirasa sangat berguna bagi masyarakat luas. Pembahasan yang ada di dalam video iklan layanan masyarakat ini berisikan edukasi terkait bahaya dan dampak yang disebabkan oleh pembuangan minyak jelantah sembarangan, selain itu dilengkapi juga dengan solusi yang tepat guna menghindari masalah tersebut. Video ini memiliki target utama yaitu ibu rumah tangga dan para pemilik depot kuliner. Dibuat dalam durasi yang singkat namun tetap memiliki isi yang padat dan jelas sehingga para audiens tidak cepat merasa bosan dan mudah memahami isi dari video iklan layanan masyarakat tersebut.

Video iklan layanan masyarakat bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan ini merupakan media yang paling utama dalam memberikan edukasi dan informasi seputar minyak jelantah dalam perancangan penelitian ini. Selain media utama, ada juga beberapa media pendukung yang digunakan untuk membantu penarikan audiens untuk menaruh perhatian pada media utama seperti poster, stiker, keychain, dan flyer infogafis.

5.1 Saran

Pada perancangan video iklan layanan masyarakat terkait bahaya minyak jelantah terhadap lingkungan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan informasi terkait masalah minyak jelantah yang masih sering dibuang sembarangan, sehingga diharapkan masyarakat dapat berubah ke arah yang lebih baik dan masalah

tersebut dapat dicegah. Adapun beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti sebagai bentuk acuan ataupun inspirasi para peneliti lainay di generasi mendatang.

1. Diharapkan agar pemberian edukasi maupun informasi terkait masalah sosial yang terjadi di masyarakat terus digencarkan demi kebaikan masyarakat itu sendiri.
2. Pembuatan media edukasi terkait masalah sosial tidak terpacu hanya dengan video iklan layanan masyarakat, namun juga bisa dengan media baru berbentuk lain, terkhusus media digital atau online, karena memiliki efektivitas yang lebih tinggi.
3. Menjadi inovatif dengan mengangkat suatu permasalahan sosial yang jarang diperhatikan akan jauh lebih bagus daripada harus mengangkat suatu masalah sosial yang telah banyak diangkat sebelumnya.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Achmad Gea Septi. 2018. "Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat 'Hemat Listrik' Dengan Teknik Motion Grafik Sebagai Upaya Mengedukasikan Masyarakat." In . Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Amaliah, Norma, Achmad Yanu Alif Fianto, and Sigit Prayitno Yosep. 2015. "Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan." In *Jurnal Art Nouveau*, 4:133–43. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Ardhany, Syahrida Dian, and Lamsiyah. 2018. "Tingkat Pengetahuan Pedagang Warung Tenda Di Jalan Yos Sudarso Palangkaraya Tentang Bahaya Penggunaan Minyak Jelantah Bagi Kesehatan." In *Jurnal Surya Medika*, 3:62–68. Palangkaraya: Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.
- Ardiana, Njoo Peni Lupita, Maria Nala Damayanti, and Cindy Muljosumarto. 2016. "Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pemahaman Eksistensi Dan Esensi Keragaman Lintas Etnis Di Semarang." In *Jurnal DKV Adiwarna*, 1:1–11. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Arifin, Zainal. 2018. "Perancangan Video Promosi Batik Samin Jatiwangi Sebagai Upaya Mengenalkan Batik Kabupaten Blora." In , edited by Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya. Surabaya.
- Baihabi, Aldhi Pratama. 2018. "Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Proses Produksi Garam Krosok Berbasis Sosial Media Untuk Menginformasikan Masyarakat." In . Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Cnnindonesia.com. 2022. *Internet*. Menguak Limbah Restoran Biang Keladi Penyumbatan Saluran Air di DKI. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220308200416-20-768486/menguak-limbah-restoran-biang-keladi-penyumbatan-saluran-air-di-dki>. Diakses tanggal 5 April 2022.
- Detik.com. 2021. *Internet*. Pencemaran Air: Pengertian, Penyebab dan Dampaknya bagi Lingkungan. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5693376/pencemaran-air-pengertian-penyebab-dan-dampaknya-bagi-lingkungan>. Diakses tanggal 5 April 2022.
- Kompas.com. 2020. *Internet*. Minyak Jelantah Jangan Dibuang Sembarangan, Bisa Diubah Jadi Biodisel. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/30/180200065/minyak-jelantah-jangan-dibuang-sembarangan-bisa-diubah-jadi-biodisel?page=all>. Diakses tanggal 5 April 2022.

- Kumparan.com. 2021. *Internet*. Pengertian Iklan Layanan Masyarakat dan Fungsinya. <https://kumparan.com/berita-update/pengertian-iklan-layanan-masyarakat-dan-fungsinya-1wcHXIk5IgS/full>. Diakses tanggal 5 April 2022.
- Kompas.com. 2022. *Internet*. [Kabar Data] Konsumsi Minyak Goreng Sawit di Indonesia. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/04/122200282/-kabar-data-konsumsi-minyak-goreng-sawit-di-indonesia?page=all>. Diakses tanggal 5 April 2022.
- Kusnadi, Endi. 2018. “Studi Potensi Pencemaran Lingkungan Akibat Limbah Minyak Jelantah Di Kota Banda Aceh.” In . Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Kusuma, Mahardika Rachman. 2019. “Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Self Harassment Dengan Teknik Motion Graphic Berbasis Inforgrafis Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat.” In . Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Larichy, Riandy. 2020. “Perancangan Video Promosi Desa Wisata Conto Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.” In . Surabaya: Universitas Dinamika.
- Lustono, and Fadila Laila Cahyani. 2020. “Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara.” In *Jurnal Medikonis STIE Tamansiswa Banjarnegara*, 20:11–24. Banjarnegara: STIE Tamansiswa Banjarnegara.
- Mardiana, Siska, Rahmi Mulyasih, Rama Tamara, and Ahmad Sururi. 2020. “Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Minyak Jelantah Dengan Ekstrak Jeruk Dalam Perspektif Komunikasi Lingkungan Di Kelurahan Kaligandu.” In *Jurnal SOLMA*, 9:92–101. Serang: Universitas Serang Raya.
- Mascelli, Joseph V. 1998. “The Five C’s of Cinematography”. Los Angeles: Motion Picture Filming Techniques, Silman-James Press.
- Mukaromah, Dzuha Hening Yanuarsari, and Mutia Rahmi Pratiwi. 2017. “Iklan Layanan Masyarakat Dan Respon Khalayak.” In *Islamic Communication Journal*, 2:219. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Nardi, Leo. 1997. “Penuntun Kinematografi 8mm. Bandung: Yayasan Foto Indonesia Kustandi.
- Nasional.kontan.id. 2022. *Internet*. Minyak Goreng Langka di Surabaya, Mendag Mengaku Telah Pasok 14 Juta Liter. <https://nasional.kontan.co.id/news/minyak-goreng-langka-di-surabaya-mendag-mengaku-telah-pasok-14-juta-liter>. Diakses tanggal 5 April 2022.

- Nisa, Naima Khoirul. 2015. "Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial." *Jurnal Interaksi*. Universitas Diponegoro.
- Nuridin, D. R., Kom, S., & Kom, M. 2020. "Cd Interaktif Pengenalan Sejarah Kebudayaan Islam Pada Madrasah Ibtidayah.
- Permana, Galang Andhika Eka. 2020. "Perancangan Video Promosi Legacy Dealer Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recall." In . Surabaya: Universitas Dinamika.
- Rosmeiliyana, Rosmeiliyana, and Eka Wardhani. 2021. "Analisis Kualitas Air Sungai Cisangkan Kota Cimahi Provinsi Jawa Barat." In *Jukung (Jurnal Teknik Lingkungan)*, 7:18–32. Bandung: Institut Teknologi Nasional
- Rukandar, Dadan. 2017. "Pencemaran Air: Pengertian, Penyebab, Dan Dampaknya." In *Mimbar Hukum*, 21:23–34. Banten: Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Provinsi Banten.
- Santoso, Erica Delia, and Novia Larasati. 2019. "Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan." In *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13:28–36. Malang: Universitas Ma Chung Malang.
- Suhartina, Sitti. 2018. "Studi Kualitas Fisis Minyak Jelantah Dan Efek Bagi Kesehatan Tubuh Di Kecamatan Bontonompo." In , 76. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sutanto, Caroline Fernanda, Fernando Pujiadhi Wiryawan, and Firman Kurniawansyah. 2021. "Pra Rancangan Pabrik Biodiesel Dari Minyak Jelantah Menggunakan Metode Transesterifikasi Dengan Kapasitas 50.000 Ton/Tahun Caroline." In *JURNAL TEKNIK ITS*, 10:F210–15. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- TNP2K. 2020. "Pemanfaatan Minyak Jelantah Untuk Produksi Biodiesel Dan Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia," 8–17.
- Wulandari, Dewi. 2019. "Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur." In . Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.