JURNAL VOKASI TEKNIK (JuVoTek)
Teknik Kimia, Teknik Mesin, Teknik Elektro, Teknik Informatika, dan Teknik Industri

Teknik Informatika

Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pelecehan Seksual Menggunakan Teknik Sinematografi

Tri Nur Nugraha Satria[1], Noor Alam Hadiwijaya[2] , Yusni Nyura[3]

[1,2,3] *Teknologi Informasi, Teknik Informatika Multimedia, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia*

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 12 Mei 2025
Revisi Akhir: 14 Mei 2025
Diterbitkan *Online*: 15 Mei 2025

KATA KUNCI

Iklan Layanan Masyarakat, Pelecehan Seksual, Type of Shot, Sinematografi, MDLC.

Keywords:

Public Service Advertisement, Sexual Harassment, Type of Shot, Cinematography, MDLC

KORESPONDENSI

E-mail:
nugrahasatria017@gmail.com
alamhadiwijaya@polnes.ac.id
yusninyura@polnes.ac.id

A B S T R A K

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah media efektif untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Penelitian ini membahas pelecehan seksual dalam bentuk catcalling dengan menggunakan teknik sinematografi, khususnya type of Shot, untuk menyampaikan pesan secara jelas dan menarik. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang mencakup tahapan: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution. Hasil penelitian adalah ILM berdurasi 2 menit 43 detik yang diunggah di YouTube, dengan penerapan berbagai Type of Shot seperti Long Shot, Medium Shot, Close-Up, dan lainnya untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

A B S T R A C T

Public Service Announcements (PSAs) are an effective medium for conveying social messages to the public. This study discusses sexual harassment in the form of catcalling by using cinematographic techniques, particularly Types of Shots, to deliver messages clearly and engagingly. The method used is the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), which includes the stages of Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, and Distribution. The result of the study is a PSA video lasting 2 minutes and 43 seconds, uploaded to YouTube, incorporating various Types of Shots such as Long Shot, Medium Shot, Close-Up, and others to enhance the effectiveness of message delivery.

PENDAHULUAN

Pelecehan seksual di ruang publik, seperti catcalling, menjadi masalah sosial yang memerlukan perhatian serius. Catcalling adalah bentuk pelecehan verbal yang seringkali meremehkan martabat korban dan menyebabkan dampak psikologis negatif seperti ketakutan dan kecemasan.

Dalam upaya mengatasi masalah ini, Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dapat menjadi media edukasi yang efektif untuk menyampaikan pesan. ILM yang dikemas dengan teknik
sinematografi, terutama penggunaan Type of Shot, dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Teknik seperti Long Shot, Medium Shot, dan Close-Up membantu membangun suasana, menyoroti ekspresi emosional, dan memberikan penekanan visual yang kuat.

https://doi.org/10.12345/xxxxx Attribution-ShareAlike 4.0 International Some rights reserved

Penelitian ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) untuk menghasilkan ILM yang efektif dan menarik dalam menyampaikan pesan. Dengan mengunggah ILM ke platform seperti YouTube, diharapkan kesadaran masyarakat terhadap pelecehan seksual dapat meningkat secara signifikan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) berguna sebagai bentuk strategi promosi, pemasaran sosial dan digunakan untuk menyampaikan informasi dari media informasi. ILM harus dibuat secara efektif agar pesan yang hendak disampaikan tersampaikan secara efektif dan dapat dimengerti, pesan persuasif mampu membuat perilaku terget berubah sesuai keinginan pemasaran sosial [3].

2. Sinematografi

Sinematografi berasal dari bahasa latin yakni kinema (gambar) dan graphein (merekam). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, sinematografi berarti teknik perfilman atau teknik pembuatan film. Sinematografi sendiri merupakan teknik dalam memposisikan sebuah kamera pada posisi yang menarik dan dapat meningkatkan sisi storytelling pada sebuah film [7].

3. Tipe Shot (Type of Shot)

Type Shot (ukuran gambar) merupakan teknik pengambilan gambar yang bertujuan untuk memilih luas area frame yang diberlakukan kepada objek utama dalam photo baik frame yang maupun sempit untuk membenarkan pemotongan oleh frame tersebut [5]. Beberapa type of shot yang digunakan antara lain [6]:

a. Long Shot
   Pengambilan gambar yang memperlihatkan seluruh tubuh dari batas kepala hingga kaki.
b. Medium Long Shot
   Memperlihatkan pengambilan dari atas kepala sampai batas lutut dan lingkungan sekitar relatif seimbang.
c. Medium Shot
   Pengambilan gambar yang memiliki motivasi pengambilan dari batas kepala hingga pinggang dengan gestur serta ekspresi wajah yang mulai tampak.
d. Medium Close Up
   Pengambilan gambar yang memperlihatkan subjek dari ujung kepala hingga bagian dada atas.
e. Close Up
   Pengambilan gambar dari ujung kepala hingga leher bagian bawah dan gambar yang diambil dari jarak dekat dengan hanya sebagian dari objek yang terlihat.
f. Extreme Close Up
   Memperlihatkan bagian tertentu dari tubuh manusia yaitu kulit yang latar belakang didominasi oleh bagian tubuh manusia.
g. Two Shot
   Two shot adalah pengambilan gambar yang menampilkan dua objek [4].
h. Over Shoulder Shot
   Jenis pengambilan gambar two shot dimana kamera berada di belakang bahu karakter, sehingga terdapat sebagian bagian tubuh karakter yang membingkai gambar [2].
i. Pov Shot
   Pengambilan gambar dimana kamera mensimulasikan pandangan mata salah satu tokoh [2].

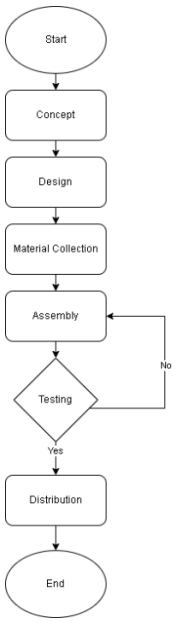
4. Cat Calling

Catcalling dimaknai sebagai bentuk candaan, sapaan, dan jalan membuka hubungan baru dengan orang baru yang ditemui ketika berada ditempat umum. Makna catcalling secara umumnya dianggap sebagai candaan tetapi ada juga yang memaknainya sebagai gangguan karena bentuknya yang berupa siulan, panggilan-panggilan tertentu seperti “het”,”wet”,”weh”,”cewek/cowok”, dan sebagainya, serta komentar-komentar yang bernada menggoda dan tidak jarang juga mengomentari fisik sasarannya [8].

METODOLOGI

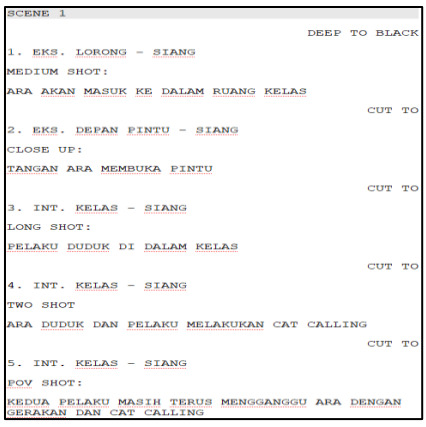
Penelitian dilakukan di Politeknik Negeri Samarinda, waktu penelitian dimulai dari Juli 2024 hingga November 2024 dengan objek utama yaitu Mahasiswa dan Ketua Satgas PPKS Politeknik Negeri Samarinda.

Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang mencakup enam tahapan: Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distribution [1].



Gambar 1 Tahapan Penelitian

1. **Konsep (Concept)**
   Format Iklan : Iklan Layanan Masyarakat
   Judul : "Tatapan Yang Tak Terucap"
   Premis : "Ara" ialah mahasiswi yang sering mendapat tindakan yang tidak baik dari beberapa orang dikelasnya dan tidak berani untuk mengutarakan keresahan yang ia rasakan.
   Konsep : Teknik yang digunakan terfokus pada type of shot yang bertujuan untuk membantu membangun suasana, menyoroti ekspresi emosional, serta menyampaikan pesan secara jelas dan menarik.
2. **Desain (Design)**
   Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah perancangan dengan membuat naskah dan storyboard.


SCENE 1

DEEP TO BLACK

1. EKS. LORONG - SIANG
MEDIUM SHOT:
ARA AKAN MASUK KE DALAM RUANG KELAS

CUT TO

2. EKS. DEPAN PINTU - SIANG
CLOSE UP:
TANGAN ARA MEMBUKA PINTU

CUT TO

3. INT. KELAS - SIANG
LONG SHOT:
PELAKU DUDUK DI DALAM KELAS

CUT TO

4. INT. KELAS - SIANG
TWO SHOT
ARA DUDUK DAN PELAKU MELAKUKAN CAT CALLING

CUT TO

5. INT. KELAS - SIANG
POV SHOT:
KEDUA PELAKU MASIH TERUS MENGGANGGU ARA DENGAN GERAKAN DAN CAT CALLING

Gambar 2 Pembuatan Naskah

Gambar 3 Pembuatan Storyboard

3. **Pengumpulan Materi (Material Collecting)**
   Material Collecting merupakan tahap memvisualisasikan naskah maupun storyboard yang telah dibuat melalui shooting (pengambilan gambar).
4. **Pembuatan (Assembly)**
   Pada tahap ini hasil dari pengambilan gambar dipindahkan ke laptop untuk melakukan editing.
5. **Pengujian (Testing)**
   Tahap ini merupakan pengujian untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dari projek tersebut, pengujian yang dilakukan adalah screening (wawancara).
6. **Distribusi (Distribution)**
   Distribusi merupakan tahap akhir dari pembuatan projek, yaitu mempertunjukkan iklan layanan masyarakat yang dibuat kepada masyarakat untuk menonton, ada dua tahap yaitu publikasi dan promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. ***Type of Shot***
   a. *Medium Shot*

Gambar 4 Medium Shot

Pada bagian awal Iklan Layanan Masyarakat "Tatapan yang Tak Terucap" menggunakan medium shot bertujuan untuk memperkenalkan tokoh utama.

   b. *Close Up*

Gambar 5 Close Up

Type of Shot yang digunakan adalah close up, yang menampilkan tangan dan benda disekitar tangan tersebut, penggunaan type of shot ini agar penonton dapat lebih terfokus saat Ara ingin membuka pintu.

   c. *Long Shot*

Gambar 6 Long Shot

Memperlihatkan tiga orang yang sedang duduk di dalam kelas dengan menampilkan seluruh anggota tubuh salah satu orang dengan long shot di gambar tersebut yang gunanya untuk pengenalan awal tokoh.

d. Two Shot

Gambar 7 Two Shot

Memperlihatkan gambar yang terfokus ke pemeran utama dan tiga orang yang sedang duduk di belakang tetap diperlihatkan.

e. Pov Shot

Gambar 8 Pov Shot

Memperlihatkan adegan kedua pelaku yang masih terus mengganggu ara . Pada bagian ini Type of Shot yang digunakan adalah pov shot karena ingin memperlihatkan apa saja yang dilakukan oleh kedua pelaku serta respon korban dari sudut pandang Lasmana yang merupakan teman dari kedua pelaku.

f. Extreme Close Up

Gambar 9 Extreme Close Up

Extreme close up pada adegan ini sangat cocok digunakan untuk membuat penonton fokus pada mata korban yang sedang menangis agar ikut merasakan perasaan dari korban.

g. Over Shoulder Shot

Gambar 10 Over Shoulder Shot

Pada bagian ini memperlihatkan adegan dengan over shoulder shot yang mempelihatkan Ara dari kepala sampai lutut dan tetap menampilkan pundak kanan Lasmana.

h. Medium Close Up

Gambar 11 Medium Close Up

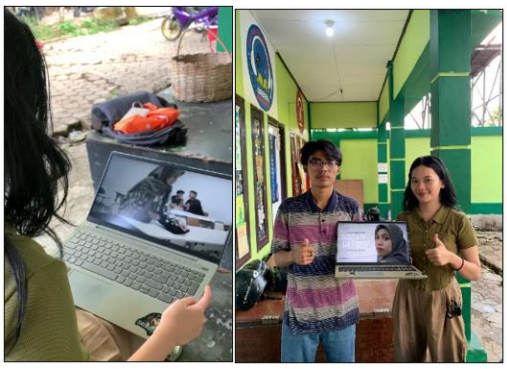
Memperlihatkan bagian wajah hingga pundak Ara yang sedang tersenyum indah dengan medium close up.

2. Screening (Pengujian)

Pengujian ini dilakukan untuk memverifikasi kesesuaian hasil dari pembuatan iklan layanan masyarakat dengan rencana awal. Jika hasil yang dibuat sesuai dengan rencana dan tidak memerlukan penyesuaian lebih lanjut, maka dapat melanjutkan ke tahap distribusi. Pada tahap pengujian ini, penulis melakukan wawancara sekaligus screening hasil video kepada saudari Rini dan Ibu Heldina yang merupakan perwakilan dari Kementerian Perempuan dan Anak (Kemen PA) BEM POLNES dan Ketua Satgas PPKS Politeknik Negeri Samarinda untuk uji kelayakan.

Hasil screening yang dilakukan dengan saudari Rini adalah sebagai berikut :

a. "Pelecehan seksual tidak hanya pelecehan fisik, seperti yang ada di video itu termasuk pelecehan secara verbal seperti perkataan dan gerakan yang membuat gender perempuan itu merasa terancam".
b. "Menurut saya bagus karena agar masyarakat tau dari tindakan-tindakan kecil seperti itu bisa berdampak besar, dari video itu bisa melihatkan bahwa korban bisa merasa stress dan merasa sendiri. Video edukasi seperti itu menurut saya bagus sih karena sebagai mahasiswa memang seharusnya kita mengangkat permasalahan seperti itu agar masyarakat tau bahwa pelecehan seksual bukan hanya dari fisik saja".



Gambar 12 Screening dengan saudari Rini

 https://doi.org/10.12345/xxxxx

Hasil screening yang dilakukan dengan Ibu Heldina adalah sebagai berikut :

a. "Dari video yang tadi Ms.Dina liat udah bagus ya, aktingnya natural beberapa pesan yang bisa kita ambil dari video ini adalah pelecehan seksual itu tidak hanya berupa sesuatu yang mungkin orang anggap seperti melakukan tindakan kekerasan yaitu mencium atau merampas.
b. "Seperti yang kita bisa lihat di video tersebut, mereka cuma melakukan berupa verbal tetapi itu sangat berpengaruh sekali kepada kondisi psikologis dari perempuan tadi, walaupun beberapa pelaku di video tersebut merasa 'oh yang kulakukan ini tidak masalah' tapi justru yang mereka lakukan itu bisa berakibat fatal kepada si korban".

Gambar 13 Screening dengan ibu Heldina

3. Distribusi (Distribution)

Gambar 14 Youtube Channel

Iklan Layanan Masyarakat " Tatapan Yang Tak Terucap" telah dipublikasikan melalui platform YouTube menggunakan akun Teknik Informatika Multimedia POLNES.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan perancangan iklan layanan masyarakat "Tatapan Yang Tak Terucap", dapat disimpulkan bahwa penerapan teknik sinematografi, terutama Type of Shot, meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam ILM tentang pelecehan seksual. Dengan metode MDLC, proses produksi menjadi lebih terstruktur dan sistematis. Video ini efektif dalam menyampaikan pesan edukatif kepada masyarakat.

Sebagai saran, agar proses pembuatan film berjalan efektif dan hasilnya maksimal, penting untuk mematuhi jadwal yang telah ditetapkan serta memperhatikan waktu saat pengambilan gambar, karena hal tersebut berpengaruh langsung terhadap kualitas visual dan mempermudah proses pengeditan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Alfiansyah, F., & Sitio, S. L. (2022). Implementasi Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) Pada Aplikasi Edukasi Interaktif Pengenalan Mental Health Kepada Masyarakat Berbasis Mobile. Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan.

[2] Kabelen, N. W. (2022). Analisis Dramatisasi Shot Video Pada Iklan Sampo "Pantene". Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana.

[3] Lestari , N. S. (2023). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Program Layanan Hukum Melalui Film Pendek. Doctoral Dissertation.

[4] Nandaryani, N. W., Purwita, D. G., & Febriani, N. K. (2023). Perancangan Video Musik "Hidup Bersih Dan Sehat" Sebagai Sarana Kampanye PHBS Untuk Anak-Anak Di Kabupaten Badung. Jurnal Desain.

[5] Nathan , O. R., & Mutia, T. (2020). Problematika Videographer Dalam Meningkatkan Kualitas Cinematography Wedding Di Aghesa Photography. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK).

[6] Sabrina, A., Nursyam, Y., & Pradhono, C. (2021). Analisis Type Of Shot Dan Camera Angle Dalam Pembentuk Suspense Film Perempuan Tanah Jahanam Sutradara Joko Anwar. Offscreen.

[7] SURASA, SUDARMAN, SUPARNA, & HAJ, M. I. (2022). Penerapan Sinematografi Pada Film Animasi 3D Berjudul Tamiya. Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan.

[8] Mayana, N. S., Solikatun, & Rosyadi, M. A. (2021). Makna Catcalling (Studi Fenomenologi Di Desa Masbagik Timur Kecamatan Masbik Kabupaten Lombok Timur). Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual.

LAMPIRAN

Gambar 15 Poster Iklan Layanan Masyarakat