

IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK CYBERBULLYING MENGGUNAKAN TEKNIK SINEMATOGRAFI

Yerimianus Titti¹, Muchamad Zainul Rohman², Farindika Metandi³

¹, Politeknik Negeri Samarinda, Jl. DR. Ciptomangunkusumo, Kampus Gunung Lipan, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia 75131

Kata Kunci:

Iklan Layanan Masyarakat, Cyberbullying, Dampak Cyberbullying, Bentuk-bentuk Cyberbullying, MDLC, Sinematografi

Correspondent Email:

yerimianus221@gmail.com

Abstrak. *Cyberbullying* merupakan salah satu bentuk tantangan yang terjadi di dunia digital yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental dan kesejahteraan individu. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu ini, penelitian ini merancang sebuah Iklan Layanan Masyarakat yang membahas dampak *cyberbullying* dengan menggunakan teknik sinematografi. Pendekatan sinematografi digunakan untuk mengembangkan visual yang kuat dan emosional untuk menyampaikan pesan secara efektif. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dengan strategi desain linear. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang mengajak masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam berinteraksi di dunia maya dan menghargai konsekuensi dari *cyberbullying*. Peneliti berharap Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ini dapat menjadi alat edukasi yang efektif untuk mencegah dan mengurangi jumlah dari kasus *cyberbullying*.



Copyright © 2026 The Author(s), Published by Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Abstract. *Cyberbullying* is a form challenge that occurs in the digital world that can have a negative impact on the mental health and well-being of individuals. To raise public awareness of the issue, this research designs a Public Service Announcement that discusses the impact of *cyberbullying* using cinematographic techniques. The cinematography approach is used to develop strong and emotional visuals to convey the message effectively. This research method uses a mixed approach with a linear design strategy. The result of research is a Public Service Announcement (PSA) video that invites people to be more careful in interacting online and appreciate the consequences of *cyberbullying*. The researcher hopes that this PSA can be an effective educational tool to prevent and reduce the number of *cyberbullying* cases.

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, hampir semua orang terutama generasi muda terhubung dengan dunia digital setiap harinya. Media sosial sudah menjadi bagian dari rutinitas bagi kalangan remaja maupun dewasa sebagai tempat berbagi cerita, mencari hiburan, dan membangun relasi. Namun pesatnya perkembangan teknologi membawa tantangan serius, salah satunya adalah *cyberbullying* [1]. Hal ini sejalan dengan

temuan bahwa iklan layanan masyarakat di media sosial mengenai isu sosial seperti COVID-19 berperan dalam membentuk perilaku pencegahan masyarakat, sehingga media sosial dapat menjadi sarana edukasi sekaligus sumber risiko sosial [16].

Cyberbullying merupakan tindakan perundungan di internet, seperti meninggalkan komentar negatif di media sosial dengan tujuan menjelek-jelekkan nama korban, mengungkap

fakta pribadi secara publik, serta mengancam mental atau emosional seseorang [2]. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Mirza Alfian SKM., M.Kes di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Provinsi Kalimantan Timur, cyberbullying sering bermula dari perundungan fisik atau non-fisik yang berlanjut ke media sosial, dan kerap terjadi di kalangan pelajar SMA.

Untuk menjawab persoalan ini, salah satu cara yang efektif adalah melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM). ILM tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga dapat membangkitkan empati dan kesadaran publik, terutama jika dikemas secara visual dengan pendekatan sinematografi [3]. Strategi kreatif dalam iklan layanan masyarakat menjadi elemen penting dalam keberhasilan pemasaran sosial untuk mengubah sikap dan perilaku khalayak [17]. Penelitian ini merancang sebuah ILM tentang dampak cyberbullying dengan teknik sinematografi, khususnya teknik Type of Shot, agar emosi dan pesan dapat tersampaikan dengan efektif kepada penonton.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Cyberbullying

Cyberbullying adalah tindakan yang dilakukan untuk mengintimidasi dan melecehkan korban menggunakan perangkat elektronik atau jaringan seperti *smartphone* dan internet [4]. Menurut Suroya Azfa Ni'mah (2023), bentuk-bentuk cyberbullying meliputi pencemaran nama baik, penyebaran gosip tidak benar, intimidasi online, memposting konten yang memalukan, menggunakan kata-kata kasar, membuat akun palsu, menyebar foto/video pribadi tanpa izin, dan mengisolasi seseorang dari komunitas online. Dampak cyberbullying terhadap kesehatan mental remaja antara lain stres, kecemasan, depresi, bahkan pemikiran untuk bunuh diri [5].

2.2 Iklan

Iklan adalah bagian dari bauran promosi (promosi mix) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (marketing mix). Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Sedangkan manfaat terbesar dari iklan adalah membawa pesan yang ingin

disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Iklan merupakan ujung tombak pemasaran dan merupakan sebuah jendela kamar dari sebuah perusahaan. Keberadaannya menghubungkan produsen dengan konsumen (Febriyanti, 2018). Iklan di televisi maupun media digital terbukti efektif dalam mendorong perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap isu sosial yang diangkat [18], dan efektivitas tersebut sangat dipengaruhi oleh kejelasan pesan serta kesesuaian media penyampaian dengan target audiens [19].

2.3 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan pelayanan masyarakat. Pesan ILM berupa ajakan, pernyataan, atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum [6]. Jenis-jenis ILM antara lain iklan kesehatan, iklan sosial, iklan pendidikan, dan iklan lingkungan. Pemanfaatan ILM juga terbukti mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu isu sosial, misalnya dalam mendukung penghimpunan dana organisasi nirlaba [20]. Respon khalayak terhadap ILM sendiri sangat bergantung pada relevansi isu yang diangkat dengan kondisi sosial yang sedang berkembang di masyarakat [21], sehingga perancangan ILM memerlukan strategi kreatif yang mampu menggugah emosi dan kesadaran sosial audiens secara efektif [22]. Selain itu, ILM berdurasi singkat yang disebarkan melalui media sosial seperti Instagram dan YouTube dinilai lebih efektif menjangkau generasi muda [23], sebagaimana yang menjadi target penonton pada penelitian ini.

2.3 Sinematografi

Sinematografi berasal dari bahasa Yunani "kinema" (gerakan) dan "graphoo" (menulis), yang dapat diartikan sebagai menulis dengan gambar bergerak. Dalam sinematografi, dipelajari cara membuat gambar bergerak dan merangkainya agar dapat menyampaikan maksud atau ide tertentu. Seorang pembuat film mengontrol jarak, ketinggian, sudut, dan lama pengambilan gambar [7]. Penerapan teknik sinematografi yang tepat dalam pengambilan

gambar mampu meningkatkan kualitas visual serta pesan edukatif yang disampaikan kepada penonton [24], termasuk penggunaan komposisi warna yang dapat memperkuat nuansa emosional dan estetika visual dalam sebuah karya audiovisual [25]. Dalam proses produksinya, videografer memegang peran penting dalam menerjemahkan konsep naratif menjadi visual yang komunikatif, termasuk dalam produksi iklan layanan masyarakat [26].

1. Teknik *Type of Shot* terbagi menjadi tujuh jenis:

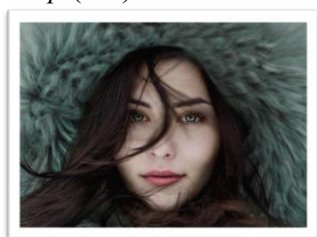
1) *Extreme Close Up* (ECU)



Gambar 2.1 *Extreme Close Up*

Merupakan teknik pengambilan dari jarak yang sangat dekat. Teknik extreme close up biasa digunakan dengan tujuan untuk mengambil gambar objek yang merupakan bagian-bagian tertentu secara terpusat dan sangat jelas.

2) *Close Up* (CU)



Gambar 2.2 *Close UP*

Teknik pengambilan gambar yang akan menampilkan hasil gambar yang jauh lebih dekat. Jika objeknya adalah manusia, maka hasil yang akan diperoleh hanya bagian bahu sampai bagian atas kepala saja.

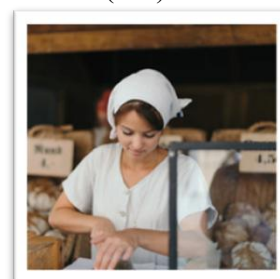
3) *Medium Close Up* (MCU)



Gambar 2.3 *Medium Close UP*

Pengambilan foto ini umumnya dengan menyoroti objek dari kepala hingga bagian dadanya.

4) *Medium Shot* (MS)



Gambar 2.4 *Medium Shot*

Mid shot juga dikenal dengan sebutan medium shot yang memperlihatkan beberapa bagian dari subjek secara lebih dekat. Biasanya menampilkan bagian pinggang sampai kepala

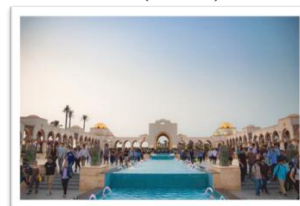
5) *Wide Shot* (WS)



Gambar 2.5 *Wide Shot*

Pada pengambilan wide shot subjek dapat teridentifikasi cukup jelas. Biasanya juga dikenal dengan istilah long shot, full shot dan biasanya subjek ditampilkan secara menyeluruh dengan adanya jarak di atas dan di bawah subjek.

6) *Very Wide Shot* (VWS)



Gambar 2.6 *Very Wide Shot*

Very wide shot masih memperlihatkan area yang sangat luas, hanya saja lebih sempit dibandingkan dengan extreme wide shot.

7) *Extreme Wide Shot (EWS)*



Gambar 2. 7 *Extreme Wide Shot*

Extreme wide shot biasanya digunakan untuk menunjukkan lingkungan di sekitar subjek. Biasanya tipe shot ini untuk membangun suasana dan subjek hampir tidak terlihat karena sudut pandang yang diambil sangat luas.

2. Komposisi (*Composition*) terbagi menjadi enam jenis:

1) *Leading Lines*



Gambar 2. 8 *Leading Lines*

Teknik *Leading Lines* ini dalam proses pengambilan gambar, garis imajiner yang menuntun mata kita untuk melihat ke fokus dalam suatu gambar

2) *Rule of Thirds*



Gambar 2. 9 *Rule Of thirds*

Merupakan komposisi 3x3 memotong bagian dalam gambar, dengan cara ini akan menambah keseimbangan dan kesan dalam foto anda. Beberapa jenis kamera hadir dengan menawarkan pilihan otomatis pada tampilan layar LCD, sehingga

membuatnya jadi lebih mudah untuk digunakan[8].

3) *Pattern And Repetition*



Gambar 2. 10 *Pattern And Repetition*

Teknik *Pattern And Repetition* ini dalam pengambilan gambar selalu melihat pada perulangan bentuk, garis, warna, benda atau obyek apapun, dan perulangannya mungkin dalam format yang teratur maupun sedikit tidak teratur dengan mempertimbangkan keindahan.

4) *Figure To Ground*



Gambar 2. 11 *Figure to Ground*

Proses pengambilan gambar selalu memfokuskan pada objek tengah dan latar belakang dengan mementingkan kontras agar selalu menarik perhatian mata.

5) *Lead Room or Lead Space*



Gambar 2. 12 *Lead Room Atau Lead Space*

Pengambilan gambar memerlukan ruang. Yaitu ruang yang diperlukan ketika seseorang tertuju pada satu titik, maka ruang yang kosong harus tersedia pada arah titik tersebut.

6) *Noseroom or Lookroom*



Gambar 2.13 Noserroom Atau Lookroom

Komposisi ini sering disebut ruang utama, adalah ruang di depan subjek yang bergerak atau diam. Noserroom adalah aspek penting dari bidikan karena memberikan penonton rasa jarak atau arah ke tempat subjek menghadap.

3. Pergerakan kamera (*Camera Movement*) terbagi menjadi delapan jenis:

1) *Pan*



Gambar 2.14 Pan

Merupakan salah satu teknik dasar dalam sinematografi yang melibatkan gerakan horizontal kamera dari satu titik ke titik lainnya.

2) *Tilt*



Gambar 2.15

Pergerakan lensa kamera yang mengarah ke atas atau ke bawah tanpa mengubah posisi horizontal kamera

3) *Doly*



Gambar 2.16 Doly

Doly adalah teknik pergerakan kamera di mana kamera dipasang pada dolly (gerobak khusus untuk kamera) yang

bergerak maju atau mundur secara halus di atas rel atau permukaan yang rata.

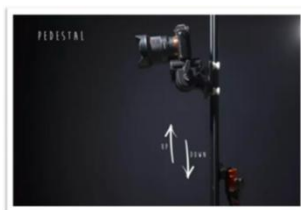
4) *Crab*



Gambar 2.17 Crab

Gerakan kamera horizontal yang dilakukan dengan cara menggeser kamera ke samping.

5) *Padestal*



Gambar 2.18 Padestal

Pedestal adalah istilah dalam sinematografi yang mengacu pada gerakan kamera naik atau turun secara vertikal dengan menggunakan pedestal atau dolly.

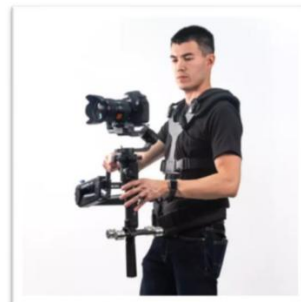
6) *Crane/Jib/Boom*



Gambar 2.19 Crane/Jib/Boom

Perangkat besar yang terdiri dari lengan yang panjang dan bisa diangkat-angkat.

7) *Stedicam*



Gambar 2.20 Stedicam

Steadicam adalah sebuah alat atau sistem yang dirancang untuk menjaga

kamera tetap stabil dan mengurangi getaran saat bergerak.

8) *Handheld*



Gambar 2. 21 Handheld

Pengambilan gambar dengan kamera yang tidak menggunakan tripod atau alat penyangga lainnya. Sebagai gantinya, kamera dipegang langsung oleh operator atau sinematografer.

4. Pencahayaan (*Lighting*) terbagi menjadi tiga belas jenis:

1) *Natural Lighting*



Gambar 2. 22 Natural Lighting

Teknik pencahayaan yang tidak memerlukan lampu dan menggunakan cahaya alami di lokasi syuting.

2) *Key Lighting*



Gambar 2. 23 Key lighting

Key lighting, atau sering disebut sebagai cahaya utama, digunakan untuk menonjolkan sebuah scene atau objek di dalamnya. Ketika pemasangan pun, key lighting adalah set yang pertama dipasang.

3) *Fill Lighting*



Gambar 2. 24 Fill Lighting

Fill lighting adalah teknik pencahayaan untuk mengisi dan menghilangkan kegelapan serta bayangan yang diciptakan dari key lighting.

4) *Backlighting*



Gambar 2. 25 Backlighting

Teknik backlighting digunakan untuk membuat three-dimensional scene, sehingga sering dipasang paling terakhir dalam three point lighting setup.

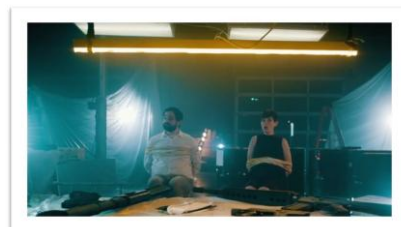
5) *Side Lighting*



Gambar 2. 26 Side Lighting

Side lighting adalah cahaya yang masuk ke sebuah frame dari samping untuk menyorot seseorang atau objek dalam scene.

6) *Practical Light*



Gambar 2. 27 Practical Light

Practical light adalah teknik pencahayaan yang menggunakan sumber cahaya seperti lampu atau lilin. Biasanya ditambahkan untuk menghasilkan scene

yang sinematik pada malam hari, tetapi tidak cukup untuk menerangkan subjek.

7) *Hard Lighting*



Gambar 2. 28 Hard Lighting

Hard lighting adalah teknik pencahayaan yang digunakan untuk membuat highlight, membuat bayangan, membuat siluet, serta menarik perhatian di frame, terutama ke subjek atau area dalam scene.

8) *Soft Lighting*



Gambar 2. 29 Soft Lighting

Soft lighting adalah teknik lighting yang umumnya digunakan untuk alasan estetika dan situasional, seperti membuat efek dramatis, mengganti cahaya yang masuk dari luar, dan sebagainya.

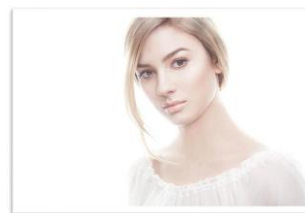
9) *Bounce Lighting*



Gambar 2. 30 Bounce Lighting

Bounce lighting Adalah Teknik lighting yang menggunakan objek berwarna putih, seperti whiteboard atau white card, untuk memantulkan Cahaya dari lampu. Teknik ini digunakan untuk

10) *High Key*



Gambar 2. 31 High Key

High key Adalah Teknik lighting yang hamper tidak menggunakan rasio pencahayaan di dalam scene sehingga hasilnya sangat terang dan hamper tidak ada bayangan secara visual.

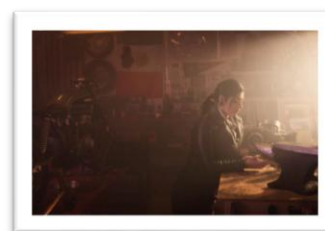
11) *Low Key*



Gambar 2. 32 Low Key

Low key adalah Teknik lighting yang berkebalikan dari high key. Sumber Cahaya yang digunakan pada key light hanya satu saja dan menghasilkan scene yang dipenuhi oleh bayangan. Hasilnya Adalah gambar yang sangat kontras dan juga mood yang penuh misteri atau mencekam.

12) *Motivated Lighting*



Gambar 2. 33 Motivated Light

Motivated lighting adalah teknik pencahayaan yang digunakan untuk meniru natural lighting, seperti sinar cahaya matahari, cahaya bulan, atau lampu jalanan di malam hari.

13) *Ambient Light*



Gambar 2. 34 Ambient Light

Ambient light adalah cahaya yang sudah ada di lokasi syuting seperti cahaya dari matahari, sinar bulan, atau lampu jalanan. Biasanya digunakan untuk menyinari subjek tanpa mengkhawatirkan gaya spesifik atau kualitas cahaya. Cahaya ini menyinari seluruh lingkungan dalam scene.

5. Fokus (*Focus*) terbagi menjadi empat jenis:

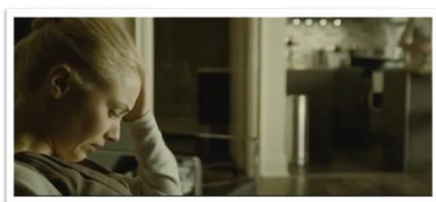
1) *Deep Focus*



Gambar 2. 35 Deep Focus

Deep focus adalah teknik fokus dimana semua bagian dalam frame terlihat jelas dan tajam. Biasanya digunakan untuk memungkinkan penonton merasakan suasana dalam cerita.

2) *Shallow Focus*



Gambar 2. 36 Shallow Focus

Jika pada deep focus semua bagian frame terlihat tajam, berbeda halnya dengan shallow focus.

3) *Rack Focus*



Gambar 2. 37 Rack Focus

Rack focus adalah gerakan mengubah fokus di layar, biasanya digunakan untuk memperlihatkan dua objek berbeda di suatu frame yang sama, biasanya digunakan untuk mengubah fokus penonton dari suatu hal kepada yang lain dalam waktu yang singkat.

4) *Soft Focus*



Gambar 2. 38 Soft Focus

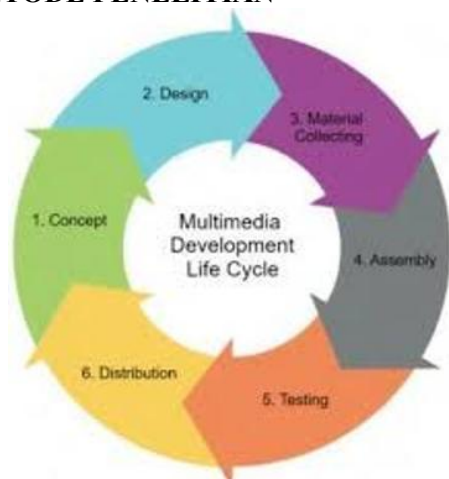
Soft fokus merupakan teknik yang digunakan untuk menciptakan efek gambar yang sedikit kabur atau tidak tajam. Efek ini membuat gambar tampak lebih lembut, sering digunakan untuk memberikan kesan romantis, nostalgia, atau untuk menyembunyikan ketidaksempurnaan. Berbagai teknik sinematografi tersebut, jika diterapkan secara konsisten, terbukti berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan dalam sebuah karya audiovisual [27]. Peran director of photography sangat menentukan keberhasilan penyampaian pesan melalui pemilihan teknik pengambilan gambar yang tepat [28], sementara penggunaan type of shot dan camera angle yang sesuai mampu membangun unsur emosi dan ketegangan dramatik dalam sebuah karya film [29].

2.4 Metode MDLC

Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) merupakan metode pengembangan multimedia yang terdiri dari

enam tahap: Concept (konsep), Design (desain), Material Collecting (pengumpulan bahan), Assembly (pembuatan), Testing (pengujian), dan Distribution (distribusi) [9]. Metode ini dipilih karena mampu memberikan struktur yang sistematis dalam proses produksi video multimedia. Keenam tahapan tersebut digunakan secara sistematis dalam pengembangan berbagai produk multimedia, mulai dari media pembelajaran hingga produk audiovisual lainnya, karena memberikan alur kerja yang jelas dan terukur bagi pengembang [30].

3. METODE PENELITIAN



Gambar 3. 1 Metode MDLC

MDLC merupakan sebuah metode pengembangan produk berbasis multimedia yang diperkenalkan oleh Luther (1994) dan kemudian disempurnakan oleh Sutopo (2003), sehingga sering disebut metode Luther-Sutopo. Metode ini digunakan sebagai panduan sistematis dalam merancang dan membangun aplikasi atau media berbasis multimedia seperti aplikasi pembelajaran, game, animasi, website interaktif, dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Samarinda, Kalimantan Timur, dari Februari hingga November 2025. Objek penelitian adalah masyarakat khususnya mahasiswa sebagai target penonton ILM. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC).

3.1 Concept (Konsep)

Pada tahap ini ditentukan tujuan proyek, yaitu menciptakan video ILM tentang dampak cyberbullying yang menyentuh secara

emosional. Target penonton adalah mahasiswa dan remaja aktif di media sosial. Konsep visual dibangun menggunakan teknik sinematografi untuk memperkuat penyampaian pesan.

3.2 Design (Desain)

Tahap desain mencakup penulisan naskah menggunakan aplikasi Celtx dan pembuatan *storyboard* secara manual. *Storyboard* dirancang untuk menggambarkan komposisi, sudut kamera, jenis *shot*, dan gerakan kamera di setiap adegan.

1. CELTX

Celtx merupakan software word prosesor yang digunakan untuk menulis naskah/skenario dalam proses kreatif pra-produksi pada sebuah film, documenter, company profile, bahkan untuk naskah pertunjukan seni teater. Pada tampilan depannya, celtx memiliki template seperti; skenario untuk film, visual audio, pertunjukan teater, audio play, storyboard, comic book, dan novel. Untuk penulisan suatu naskah atau skenario, celtx sudah dilengkapi dengan berbagai format tulisan seperti; scene heading, action, character, dialog, shot, parenthetical, transition, dan text [12].

3.3 Material Collecting

Pada tahap ini dimana penulis telah melakukan kegiatan yang ada di dalam naskah dan mengikuti tahapan-tahapan yang telah tersusun secara rinci, kemudian mengumpulkan hasil dari rekaman, adapun pemilihan sound yang cocok dalam pembuatan video.

3.4 Assembly (Pembuatan)

Setelah seluruh pengumpulannya materi dilakukan (Material Collecting) selanjutnya tahap pembangunan yaitu melakukan editing, editing dilakukan di aplikasi capcut, dan menyelesaikan video dengan hasil yang diinginkan.

3.5 Testing (Pengujian)

Testing adalah tahap pengujian untuk memastikan kualitas dari proyek tersebut berhasil dan menyampaikan pesan yang ada di dalam video. Dalam tahap testing ini menggunakan Kuesioner dan melakukan penghitungan menggunakan skala likert.

3.6 Distribution (Distribusi)

(Proyek akan disimpan dalam sebuah media penyimpanan). Pada tahap ini proyek akan disimpan dalam suatu media penyimpanan. Jika media penyimpanan tidak cukup menampung proyeknya maka kompresi terhadap proyek itu akan dilakukan. Tahap ini juga dapat disebut sebagai tahap evaluasi untuk pengembangan produk yang sudah jadi supaya menjadi lebih baik. Hasil evaluasi ini dapat digunakan sebagai masukan untuk tahap concept pada produk selanjutnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Concept (Konsep)

Pada tahap konsep, ide cerita dibangun berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber terkait cyberbullying di Kalimantan Timur. Konsep visual yang dipilih menggunakan teknik Type of Shot dalam sinematografi karena masih jarang diterapkan dalam ILM, sehingga memberikan peluang menghasilkan visual yang lebih dinamis dan menarik secara estetis.

4.2 Design (Desain)

1. INT.RUMAH-MALAM	
	FADE IN
CLOSE UP:	
Memperlihatkan tangan Kolis sedang mengetik di laptop	
	CUT TO
MEDIUM CLOSE UP:	
Tampilan Kolis dari depan yang sedang mengetik di laptop	
	CUT TO
EXTREME CLOSE UP:	
Kolis menekan enter	
	CUT TO
CLOSE UP:	
Memperlihatkan layar laptop dengan tampilan komentar-komentar yang berada di postingan instagram	
	CUT TO

Gambar 4. 1 Pembuatan Naskah

Naskah adalah teks atau tulisan yang berisi rangkaian kata, kalimat, dan paragraf yang disusun secara terstruktur untuk menyampaikan suatu pesan, cerita, informasi, atau panduan

baik untuk dibaca, diucapkan, maupun diproduksi menjadi sebuah karya.

Naskah cerita disusun menggunakan aplikasi Celtx dengan alur cerita berpusat pada karakter bernama Kolis yang menjadi korban cyberbullying. Storyboard dirancang untuk kurang lebih 20 adegan sebagai panduan produksi, menggambarkan komposisi, sudut kamera, dan jenis shot yang akan digunakan.

4.3 Material Collecting

Proses pengambilan gambar menghasilkan berbagai jenis shot sesuai storyboard. Berikut adalah penerapan teknik Type of Shot yang digunakan:

- **Close Up (CU):** Digunakan untuk menampilkan tangan Kolis yang mengetik di keyboard, ekspresi wajah, dan kaki sebagai detail emosional.
- **Medium Close Up (MCU):** Digunakan pada adegan Kolis di depan laptop, di dalam toilet, saat keluar kelas, dan adegan dramatis lainnya untuk menyoroti ekspresi dan gestur tubuh.
- **Medium Shot (MS):** Digunakan untuk memperlihatkan interaksi Kolis dengan lingkungan kampus, seperti berjalan di koridor, dalam lift, dan di dalam kelas.
- **Wide Shot (WS) & Very Wide Shot (VWS):** Digunakan untuk membangun latar suasana kampus yang sepi, menekankan rasa keterasingan Kolis.
- **Extreme Close Up (ECU) & Extreme Wide Shot (EWS):** ECU digunakan untuk adegan dramatis jari menekan tombol Enter; EWS untuk memperlihatkan kedalaman dari lantai empat gedung.

Teknik pencahayaan low-key lighting diterapkan pada beberapa adegan untuk memperkuat suasana dramatis dan tekanan psikologis yang dialami karakter.

4.4 Assembly (Pembuatan)

Proses pembuatan video dimulai berdasarkan naskah dan storyboard yang telah dibuat sebelumnya. Semua elemen yang dikumpulkan dan kemudian dirancang sesuai desain, Assembly merupakan tahap editing dalam penelitian ini, proses assembly meliputi tiga tahap utama:

1. Sequence Editing, yaitu menyusun potongan video dan audio sesuai alur cerita
2. Color Grading, yaitu penyesuaian warna dan kontras untuk menciptakan suasana visual yang konsisten.
3. Penambahan Backsound berupa musik piano dramatis tanpa dialog dari awal hingga akhir video. Total durasi video adalah 4 menit 53 detik.

4.5 Testing (Pengujian)

Pengujian beta merupakan pengujian yang dilakukan secara objektif dimana pengujian dilakukan langsung kepada responden[10].

Pengujian dilakukan terhadap 137 mahasiswa Politeknik Negeri Samarinda dari 10 jurusan yang berbeda. Komposisi responden terdiri dari 58,4% laki-laki (80 orang) dan 41,6% perempuan (57 orang). Perhitungan persentase kelayakan menggunakan rumus skala Likert:

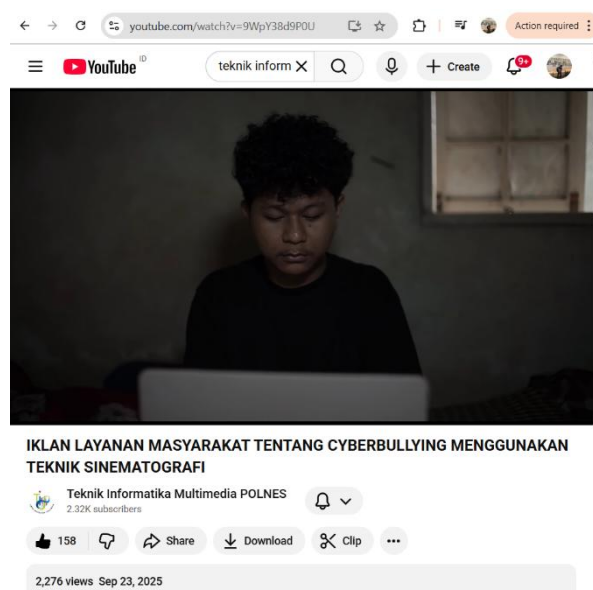
Jumlah total skor: $34 + 62 + 1347 + 2876 = 4319$

Skor maksimal: $4 \times 9 \times 137 = 4932$

Persentase Kelayakan = $(4319/4932) \times 100\% = 87,57\%$

Hasil 87,57% menunjukkan bahwa ILM ini berada pada kategori “Layak” berdasarkan interpretasi skala Likert, yang berarti video efektif dalam menyampaikan pesan dan meningkatkan kesadaran terhadap dampak cyberbullying [11].

4.6 Distribution (Distribusi)



Gambar 2. 39 Publikasi YouTube

Video ILM dipublikasikan di YouTube Teknik Informatika Multimedia POLNES dengan link <https://youtu.be/9WpY38d9P0U>. Hingga publikasi, video telah ditonton 3.476 kali, mendapat 160 suka dan 27 komentar. Promosi dilakukan melalui WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk memperluas jangkauan penonton.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode MDLC berhasil diterapkan secara sistematis dalam perancangan video ILM dampak cyberbullying, mulai dari tahap konsep, desain, produksi, editing, pengujian, hingga distribusi.
2. Penerapan teknik sinematografi, khususnya Type of Shot, terbukti berperan penting dalam membangun emosi dan menyampaikan pesan. Close Up dan Medium Close Up berhasil menyoroti ekspresi tertekan pemeran, sementara Wide Shot menggambarkan rasa sepi dan keterasingan di lingkungan kampus.
3. Berdasarkan pengujian terhadap 137 responden mahasiswa, video ILM memperoleh persentase kelayakan 87,57% yang tergolong “Layak”, membuktikan video ini efektif sebagai media edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak serius cyberbullying.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Samarinda, khususnya Jurusan Teknologi Informasi Program Studi D4 Teknik Informatika Multimedia, serta kepada seluruh narasumber, responden, dan pihak yang telah mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fadhillah Asri Bryllianissa, Nurul Hasfi, J. G. (2024). Pengalaman Remaja Perempuan Korban Perundungan Online (Cyberbullying) di Media Sosial.
- [2] Jafi, D. A., & Wibisono, A. B. (2013). Iklan Layanan Masyarakat Tentang Cyberbullying Untuk Membentuk Awareness Masyarakat. *Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jatim*, 2, 13–19.
- [3] Sukesti, R., dkk. (2021). Analisis Struktur dan Fungsi Teks Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Bahasa*, 49(2), 199–212.
- [4] Febriansyah, E. A. (2021). Analisa Visual Storytelling dalam Video Kampanye Sosial Cyberbullying "MLC Singapore – Do What's Right Online." *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial*, 3(1), 37.
- [5] Suroya Azfa Ni'Mah. (2023). Pengaruh Cyberbullying pada Kesehatan Mental Remaja, 329–338.
- [6] Wilson Prabaswara Anindito, Friska Nurliana Sirait. (2023). Perancangan Visual Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Cyberbullying Melalui Media Sosial.
- [7] Syafrizal, A., dkk. (2021). Memahami Dunia Sinematografi.
- [8] Alsendo Anjaya, D. (2020). Studi Perbedaan Komposisi pada Sinematografi dan Efek yang Dihasilkan. *Jurnal Studi Sinematografi*, 1.
- [9] Yoan Hadi Kusuma Admaja, Anisa Sonita. (2022). Multimedia Development Life Cycle Method for Script Making in the Film Kultur. 02(01), 36–46.
- [10] Iwan Aprianto, Ahmad Fitriansyah, P. A. N. (2025). Design of an Arabic Interactive Learning Multimedia Application Using the MDLC Method. 11(1), 131–149.
- [11] Ainun Apriyani, Muchamad Zainul Rohman, Farindika Metandi. (2024). Implementasi Animasi 3D pada Video Profil UKM *Jurnalistik Polnes Menggunakan Metode MDLC*.
- [12] Darmoyo. (2020). Pembuatan Film Pendek Berjudul 'Jangan Menyerah' Dengan Menggunakan Kamera Smartphone. 08(08), 80–86.
- [13] Amir, N. F. (2023). Studi Perbandingan Penggunaan Aplikasi Editing Video Adobe Premiere dan Capcut pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Parepare.
- [14] Febriyanti, D. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab. Undergraduate thesis, IAIN Kediri.
- [15] Panjaitan, Yudhi David Ricardo. (2022). Analisa Teknik Sinematografi dalam Film Parasite.
- [16] Pratiwi, dkk. (2020). Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 Di Media Sosial dan Perilaku Masyarakat Di Jawa Barat. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Universitas Esa Unggul.
- [17] Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 158–164. Universitas Diponegoro.
- [18] IBTISAMAH. (2016). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi dalam Perubahan Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku. *Studi Pustaka*, Institut Pertanian Bogor (IPB).

- [19] Hastuti, Sri. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 2, Nomor 2, hlm. 1–82.
- [20] Kartinawati. (2020). Pemanfaatan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Guna Meningkatkan Hasil Penghimpunan Dana Organisasi Nirlaba Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. BSI Jakarta.
- [21] Anonim. (2017–2018). Iklan Layanan Masyarakat dan Respon Khalayak (Studi pada ILM Amnesti Pajak dan Saber Pungli). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, hal. 219–235.
- [22] Pujiyanto, dkk. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat: Tinjauan Perancangan ILM Karya Mahasiswa DKV UDINUS. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, Vol. 01, No. 01.
- [23] Anonim. (2024). Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Penggunaan Produk Pemutih Kulit (Video ILM berdurasi 1 menit via Instagram & YouTube). Repositori Universitas Negeri Makassar (UNM).
- [24] Al Fattah, M. T. & Farhamzah. (2025). Implementasi Teknik Sinematografi dalam Pengambilan Gambar Iklan Edukasi Penggunaan Air Bersih di Perumda Tirta Pakuan. *EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 5, No. 1.
- [25] Sari, R. P. & Abdullah, A. (2020). Analisis Isi Penerapan Teknik Sinematografi Video Klip Monokrom. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 1(6), 418–423. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- [26] Widarti, R. (2021). Peran Videografer dalam Produksi Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(2), 45–57.1.
- [27] Al Fattah, M. T. & Farhamzah. (2025). Penerapan Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Video Promosi (studi peningkatan penjualan). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, Vol. 3, No. 6, Juni 2025.
- [28] Sekarputri, E. A., Komariah, K., & Fadillah, E. (2026). Implementasi Teknik Pengambilan Gambar oleh Director of Photography pada Produksi Video Feature Human Interest "Porter: Ketidakpastian yang Dikerjakan." *Realisasi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Seni Rupa dan Desain*, 3(2), 01–09.
- [29] Sabrina, A. (2021). Analisis Type of Shot dan Camera Angle dalam Pembentuk Suspense Film "Perempuan Tanah Jahanam." *Jurnal OS, ISI Padangpanjang*.
- [30] Mustika, M., Sugara, E. P. A., & Pratiwi, M. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Jurnal Online Informatika (JOIN)*, 2(2), 121–126. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.