

**PENYUTRADARAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
KODE MORSE SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI ALTERNATIF DALAM KEADAAN  
BERBAHAYA DI MEDIA SOSIAL**

***DIRECTING A PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT MORSE CODE AS AN  
ALTERNATIVE COMMUNICATION IN DANGEROUS SITUATIONS IN SOCIAL  
MEDIA.***

**Nadda Syadira Horan<sup>1</sup>, Riksa Belasunda<sup>2</sup>, Anggar Erdhina Adi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup>naddahoran@student.telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>riksab@telkomuniversity.ac.id,  
<sup>3</sup>anggarwarok@telkomuniversity.ac.id

---

**Abstrak**

Kode Morse merupakan bahasa non-verbal yang umumnya digunakan dalam kepramukaan. Implementasinya dalam kehidupan sehari-hari pun sudah sangat jarang. Namun, untuk beberapa orang yang terjebak dalam keadaan tertentu khususnya dalam keadaan berbahaya masih menggunakan kode Morse dalam bentuk ketukan, gambar, bunyi hingga kedipan mata yang nantinya diterjemahkan ke dalam bahasa verbal, sehingga dapat dimengerti oleh penerimanya. Kode Morse merupakan alat komunikasi alternatif yang penggunaannya disepakati secara internasional, namun seiring berjalannya waktu kegunaannya pun kurang diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, perlu ada media yang mempersuasi dan mendidik masyarakat terutama masyarakat Kota Bandung, agar pengetahuan kode Morse tidak hilang. Media yang digunakan adalah iklan layanan masyarakat yang mempunyai tujuan untuk penambah informasi dan kesadaran sikap masyarakat mengenai pentingnya kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif khususnya dalam keadaan berbahaya di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis kode Morse dari sudut pandang ahli kode Morse, psikolog dan juga ketua yayasan organisasi perdagangan manusia melalui proses studi literatur, observasi, kuisioner dan wawancara untuk mendapatkan konsep perancangan. Perancangan karya tugas akhir ILM dengan judul 'The Blink' ini diharapkan mampu menggambarkan dampak yang terjadi jika masyarakat minim pengetahuan tentang kode Morse.

**Kata Kunci :** Kode Morse, Komunikasi Alternatif, Iklan Layanan Masyarakat, Penyutradaraan.

---

**Abstract**

*Morse code is a non-verbal language that generally used in scout. Its implementation in daily life is very rare. However, some people who trapped in certain situations, especially in dangerous situations, still use Morse code in the form of knocks, visuals, sounds to the blink which later be translated into verbal language, so it can be understood by the receiver. Morse code is an alternative communication whose use is agreed internationally, but over time its usefulness is less known to the public. There needs a media to persuade and educate, especially the people of Bandung City, so the knowledge of Morse Code isn't lost. The media used is public service announcement which aim to increase information and awareness regarding the importance of Morse code as an alternative communication. This study uses a qualitative method in analyzing Morse Code from the point of view of Morse code experts, psychologists and also the head of a human trafficking organization through a process of literature study, observation, questionnaires and interviews to obtain a design concept. The design of this final project for PSA with the title 'The Blink' is expected to describe the impact that occurs if the public lacks knowledge about Morse code.*

**Keywords:** Morse Code, Alternative Communication, Public Service Announcement, Directing.

---

## 1. PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup manusia sebagai makhluk sosial tidak luput dari aktivitas memberi dan menerima pesan yang dinamakan komunikasi. Komunikasi sendiri memiliki definisi yang sangat luas dan bermacam-macam tergantung pada konteks dan penekanannya masing-masing. Menurut Berelson dan Steiner (Rezi, 2018:10), komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lain-lain.

Dalam penyampaiannya, pesan atau informasi tersebut dapat dikemas menjadi dua jenis, yaitu secara verbal atau non-verbal. Menurut Rezi (2018:152), komunikasi verbal merupakan jenis komunikasi yang biasa dilakukan sehari-hari, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non-verbal. Meskipun begitu, pada keadaan tertentu komunikasi verbal tidak selalu dapat digunakan dan diterima dengan mudah oleh sebagian orang. Menurut Brilian (2015), beberapa orang yang menderita cacat parah, sebagian orang yang sedang berada dalam keadaan darurat hingga yang paling serius adalah sebagian orang yang sedang berada dalam keadaan berbahaya, seperti korban tindak kejahatan atau kriminalitas tidak mampu berkomunikasi dengan baik.

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah kejahatan atau kriminalitas di Indonesia mencapai 269.324 kejadian pada tahun 2019. Hal tersebut menunjukkan bahwa angka tindak kejahatan atau kriminalitas di Indonesia masih sangat tinggi. Berdasarkan data wawancara penulis bersama psikolog, dalam beberapa kasus tindak kriminalitas seperti kejahatan terhadap hak milik dan kejahatan terhadap ketertiban umum, korban bisa dengan secara terbuka menggunakan komunikasi verbal untuk meminta pertolongan kepada orang lain. Namun, untuk beberapa kasus kejahatan seperti kejahatan terhadap fisik dan kejahatan terhadap kemerdekaan orang, seringkali sangat beresiko untuk keselamatan nyawa korban yang meminta pertolongan secara terbuka menggunakan komunikasi verbal.

Pada tanggal 21 Juni 2019 lalu, ada sebuah video viral beredar di platform media sosial Youtube yang diunggah oleh sebuah akun dengan nama 'Kate Yup'. Video dengan durasi 22 menit 22 detik tersebut sampai saat ini telah ditonton sebanyak 18 juta kali. Video tersebut melihatkan seorang perempuan yang diduga merupakan seorang korban dari tindak kejahatan perdagangan dan eksploitasi manusia, dimana di dalam video tersebut gadis ini memakan makanan seafood mentah dalam jumlah yang luar biasa banyak dan ada suara bisikan-bisikan dari belakang kamera yang menyuruhnya untuk makan cepat. Di dalam caption video tersebut terdapat kode-kode yang tertulis di dengan huruf kapital. Huruf kapital tersebut jika disusun akan menjadi sebuah pesan yang berisi kalimat permintaan tolong, yaitu SOS yang artinya 'Save Our Soul' atau 'selamatkan nyawa kami'. SOS merupakan kode morse internasional untuk permintaan tolong.

Kode Morse sendiri merupakan sistem representasi huruf, angka, tanda baca dengan menggunakan kode titik dan garis (Boyman, 2010:144). Kode Morse mulai digunakan secara luas pada tahun 1844. Seiring perkembangan zaman, pemakaian kode Morse tidak hanya digunakan untuk mengirim pesan jarak jauh melalui gelombang radio seperti zaman dulu. Sampai saat ini, kode Morse juga masih digunakan untuk mengirim pesan secara non-verbal melalui gambar, gerak, ketukan, sinar, bunyi, hingga kedipan mata. Kode Morse tidak hanya dapat digunakan untuk jarak dekat tetapi juga dapat digunakan untuk jarak jauh melalui radio, televisi maupun media sosial yang kita gunakan sehari-hari.

Berdasarkan hasil kuisioner yang penulis sebar, sebanyak 88,6% responden mengetahui kode Morse dari kegiatan pramuka, tetapi sayangnya sebanyak 69,7% responden tidak pernah menggunakan kode Morse untuk berkomunikasi, padahal penggunaan kode Morse dapat dibilang penting, menarik dan juga efektif untuk menyampaikan pesan, khususnya dalam keadaan berbahaya.

Dampak dari minimnya penggunaan kode Morse ini, ditakutkan dapat menimbulkan banyak ketidakpekaan, rendahnya kesadaran, kesalahpahaman hingga miskomunikasi di masyarakat. Apalagi dalam menanggapi pesan dari korban yang sedang dalam keadaan berbahaya, bisa saja hidup mereka tidak terselamatkan. Bagaimana caranya agar pengenalan dan penggunaan Kode Morse diketahui banyak orang demi terciptanya komunikasi alternatif untuk sebagian orang yang tidak dapat menyampaikan pesan secara verbal dengan mudah dan terbuka.

Dari pengamatan penulis, media informasi yang mengangkat Kode Morse masih sangat sedikit, sehingga dibutuhkan sebuah media informasi menarik, agar masyarakat lebih mengenal kode Morse yang dilatar belakangi oleh fenomena ini. Sebuah media yang cukup efektif untuk menyebarluaskan informasi, mempersuasi dan mendidik masyarakat adalah iklan layanan masyarakat yang merupakan media berbasis audio visual. Penulis akan menggunakan

media iklan layanan masyarakat sebagai produk kreatif dengan upaya menyebarluaskan informasi dan menggambarkan penggunaan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam keadaan berbahaya di media sosial. Tujuan dari pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah untuk keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan (Widyatama, 20017:104).

Dalam memproduksi Iklan layanan masyarakat, tentunya dibutuhkan sutradara sebagai perancang proses kreatif dalam menyampaikan informasi, persuasi dan visualisasi yang akan disuguhkan ke penonton. Sampai saat ini, diketahui masih jarang ada sutradara yang mengangkat fenomena Kode Morse seperti yang diuraikan sebelumnya, menggunakan media iklan layanan masyarakat. Padahal kode Morse sangat penting dan efektif digunakan sebagai alat komunikasi alternatif, khususnya dalam keadaan berbahaya di media sosial.

Penulis tertarik untuk merancang iklan layanan masyarakat ini dengan tema kode morse sebagai alat komunikasi alternatif. Dalam perancangannya penulis menggunakan metode kualitatif dan pendekatan empati guna menganalisis data berdasarkan teori empati terhadap objek penelitian yaitu kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam keadaan berbahaya di media sosial. Kemudian, penulis juga melakukan studi literatur, observasi dan wawancara guna menganalisis kode Morse dari sudut pandang pembimbing pramuka yang ahli di bidang kode Morse, psikolog dan juga ketua Yayasan Parinama Astha, yaitu organisasi yang bergerak dalam memberantas perdagangan dan eksploitasi manusia. Dengan mengetahui target audiens yang dituju melalui hasil data kuisioner, diharapkan informasi dalam iklan layanan masyarakat ini timbul ketertarikan untuk menggunakan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif, berfikir kritis, meningkatkan rasa empati dan kesadaran diri pada orang lain yang meminta pertolongan melalui komunikasi non-verbal. Dalam konsep penyutradaraan, penulis memilih penggayaan impresionisme agar penonton dapat memahami karakter tokoh melalui cerita dan mendapat pengalaman emosi melalui visual dengan teknik pencahayaan dan tone warna yang berubah-ubah mengikuti suasana hati yang dirasakan tokoh.

## **2. LANDASAN PEMIKIRAN**

### **2.1 Kode Morse**

Kode Morse merupakan salah satu alat untuk mengirim pesan yang disepakati penggunaannya di seluruh dunia. Dari zaman dahulu hingga sekarang, kode Morse cukup efektif digunakan untuk mengirim pesan secara tersirat. Di Indonesia, pengenalan dan penggunaan kode Morse umumnya ditemukan pada kegiatan kepramukaan.

Kode Morse ditemukan oleh Samuel F. B. Morse dan Alfred Vail pada tahun 1835. Penggunaan kode Morse setiap huruf dan angka diganti dengan titik dan garis yang berbeda-beda. Pada zaman dahulu kode Morse dikirim menggunakan alat khusus dan dikirim dengan teknologi radio CW. Kode Morse merupakan sistem representasi huruf, angka, tanda baca dengan menggunakan titik (dot) dan garis (dash), (Boyman, 2010 : 144).

#### **2.1.1 Komunikasi**

Dalam kehidupan manusia komunikasi sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan untuk proses interaksi sehari-hari. Komunikasi sendiri memiliki definisi yang sangat luas dan beragam tergantung pada konteks dan penekanannya masing-masing. Menurut Maulana Rezi (2018:10), definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Lebih merinci, menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (Rezi, 2018:10), komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lain-lain. Salah satu definisi komunikasi paling populer adalah menurut Harrold Laswell (Rezi, 2018:10), bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa”, dan “\dengan akibat apa” atau “hasil apa”.

#### **2.1.4 Kejahatan di Indonesia**

Kejahatan merupakan hal yang seringkali terjadi dalam kehidupan nyata sehari-hari. kejahatan adalah suatu hal yang menimbulkan keresahan dan ketidaknyamanan di masyarakat. Dalam memberikan definisi tentang tindak kejahatan, para ahli memiliki definisi yang berbeda-beda. Adapun definisi kejahatan menurut tata bahasa, kejahatan itu adalah suatu perbuatan, tindakan yang jahat (Soedjono, 1973:3). Tindakan yang jahat tentu saja tindakan-tindakan yang tidak bisa diterima oleh hati nurani manusia, yang bersifat merugikan dan bertentangan dengan hak asai manusia. Sehingga mendapat celaan dari masyarakat dimana tindakan jahat itu diperbuatnya (Neliala & Sunaryono, 1969:14).

### 2.1.6 Media Sosial

Media sangat mempengaruhi benak persepsi dan khalayaknya. Saat ini, informasi dan pembicaraan masyarakat hampir tidak lepas dari media sosial. Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007: McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam fuchs, 2014). Media sosial merupakan suatu media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016: 13).

## 2.2 Media

Medium berasal dari bahasa Latin “medius” yang berarti tengah, perantara atau pengantar. Bentuk jamak dari medium adalah media. Melalui media inilah sebuah ide, gagasan dan pesan disampaikan. Medium merupakan sarana yang digunakan pada sebuah sistem tanda atau kode bahasa. Selanjutnya disebut sistem bahasa, dimana sistem tersebut dijalankan oleh aturan yang disepakati oleh semua anggota komunitas yang menggunakan bahasa tersebut. Sedangkan pilihan medium menjadi gaya ungkap. Komunitas film menyepakati medium yang digunakan dalam bahasa film terdiri dari visual, audio, gerak dan verbal (Belasunda, 2014).

### 2.2.1 Iklan

Seperti yang diketahui, media iklan adalah salah satu bentuk media promosi yang sering digunakan oleh masyarakat. Dalam mempromosikan produk atau jasa, iklan dibuat sekreatif mungkin agar penonton iklan tersebut mau membeli produk yang dipromosikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), iklan adalah pesan komunikasi dari produsen/pemberi jasa kepada calon konsumen di media yang pemasangannya dilakukan atas dasar pembayaran. Sementara disampaikan melalui media massa yang bertujuan membujuk konsumen untuk melakukan tindakan membeli atau mengubah perilakunya.

### 2.2.2 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan non komersial atau iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir iklan bukan mencari keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial (Jaiz, 2014:68). Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak untuk orientasi fungsi sosial bukan semata orientasi ekonomi seperti layaknya iklan komersial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap, perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah atau informasi yang diiklankan (Widyatama, 2007 :104).

### 2.2.3 Sutradara

Sutradara adalah seseorang yang bertanggungjawab atas segala aspek karya yang disajikan ke publik. Kerja sutradara dimulai dari membedah skenario ke dalam konsep pengambilan gambar. Selanjutnya sutradara bekerja sebagai pemimpin pengambilan gambar, menentukan apa saja yang akan dilihat oleh penonton, mengatur laku di depan kamera, mengarahkan akting dan dialog, menentukan posisi dan gerak kamera, suara, pencahayaan, dan turut melakukan editing (Effendi, 2009: 42). Tugas sutradara adalah menerjemahkan bahas menjadi bahasa visual/gambar. Dalam sebuah produksi sutradara benar-benar menjadi sentral, dimana semua departemen memiliki kewajiban mengakomodir kehendak sutradara ketika menginterpretasikan sebuah skenario (Prasetyo, 2011).

## 2.3 Metode Perancangan

### 2.3.1 Metode Perancangan Kualitatif

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif. Menurut Prof. Dr. Afrizal, M. A., dalam buku Metode Penelitian Kualitatif (2014:13), metode kualitatif diartikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial dengan mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata lisan maupun tulisan, perbuatan perbuatan manusia, dan penelitian tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasi data kualitatif.

### 2.3.2 Empati

Seseorang dapat memahami kondisi orang lain, apa yang dirasakan orang lain atau membayangkan kondisi orang lain sebagaimana yang sesungguhnya terjadi dari sudut pandang tersebut merupakan definisi empati secara garis besar.

Empati merupakan suatu proses di mana seseorang berpikir mengenai kondisi orang lain yang seakan-akan dia berada pada posisi orang lain itu. Empati adalah kemampuan berpikir objektif tentang kehidupan terdalem dari orang lain (Kohut, 1997). Sedangkan menurut Stein & Book (1997), Empati adalah kemampuan untuk menyadari, memahami dan menghargai perasaastein dan pikiran orang lain. Empati adalah menyelaraskan diri terhadap apa, bagaimana dan latar belakang perasaan dan pikiran orang lain sebagaimana orang tersebut merasakan dan memikirkannya. Bersikap empatik mampu membaca orang lain dari sudut pandang emosi.

#### **2.4 Segmentasi Pasar/Target Audiens**

Segmentasi pasar merupakan proses pembagian pasar ke dalam kategori, jenis, kelompok-kelompok yang memiliki kebitihan berdasarkan keinginan serupa dan menunjukkan minat pada produk yang sama. (Ebert, 2014 : 366) Berdasarkan definisinya, untuk menentukan target digunakan variabel untuk mengelompokannya, yaitu: Geografis berbasiskan usia, agama,gender,wilayah,negara,pendapatan,skala hidup keluarga,tingkat pendidikan. Demografis berbasiskan usia,pendapatan,gender,status nikah,ras,agama,kelas sosial. Psikografis berbasiskan gaya hidup, minat, kepribadian, sikap. Perilaku berbasiskan penggunaan skala besar, pembeli situasional, tujuan khusus.

### **3. DATA DAN ANALISIS**

Dari hasil analisis wawancara bersama ketiga narasumber, penulis memperoleh kesimpulan cara menggunakan dan mengimplementasi kode Morse, bentuk kode Morse yang beragam seperti melalui ketukan, kedipan, bunyi, sinar dan sebagainya. Media yang digunakan untuk menggunakan kode Morse pun semakin berkembang seperti melalui media sosial. Lalu selanjutnya mengenai tindakan seseorang ketika ia berada dalam keadaan tertekan. Orang tersebut bisa jadi melawan atau pasrah dengan keadaan akhirnya orang tersebut tidak bisa melakukan apa-apa dan menjadi depresi. Kemudian mengenai keadaan berbahaya melalui kasus tindak kejahatan perdagangan dan eksploitasi manusia. Ada salah satu kasus dimana orang tua kandungnya menjual anak gadis kandungnya sendiri yang berumur 12 tahun untuk ditukar dengan emas. Lagi lagi hal ini didasari karena kebutuhan ekonomi. Dari hasil wawancara di atas, penulis mengambil data untuk dijadikan inspirasi narasi dan karakter tokoh dalam perancangan karya tugas akhir iklan layanan masyarakat kode morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam keadaan berbahaya di media sosial.

Berdasarkan data observasi yang didapat dari kedua video di media sosial Youtube, penulis memperoleh kesimpulan bahwa kode Morse merupakan salah satu bentuk komunikasi alternatif yang efektif untuk digunakan dalam keadaan berbahaya. Kedua orang tersebut menggunakan komunikasi non-verbal melalui bahasa tubuh dan diperjelas dengan penggunaan kode Morse untuk meminta pertolongan atau menggambarkan keadaan berbahaya yang sedang mereka alami. Dalam hal ini, banyak orang yang berempati terhadap kedua kasus tersebut, orang-orang ini memecahkan kode-kode tersebut untuk mencoba memahami apa yang sebenarnya terjadi. Tidak sedikit dari mereka yang memahami Kode Morse khususnya Kode Morse internasional untuk tanda bahaya atau permintaan tolong yaitu SOS (save our souls).

Dari hasil analisis khalayak sasaran/target audiens yang didapatkan penulis lewat kuisioner adalah masyarakat Kota Bandung, laki-laki dan perempuan, remaja hingga dewasa dalam rentang usia 15 sampai 25 tahun yang masih minim pengetahuan tentang penggunaan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam keadaan berbahaya di media sosial. Dengan mengetahui target audiens yang dituju, diharapkan informasi dalam iklan layanan masyarakat ini timbul ketertarikan untuk menggunakan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif, berfikir kritis, meningkatkan rasa empati dan kesadaran diri pada orang lain yang meminta pertolongan melalui komunikasi non-verbal.

Penulis melakukan analisis pada tiga karya sejenis sesuai dengan tema dan pembahasan yang diangkat. Penulis sebagai sutradara mempunyai fokus dalam membuat narasi serta membangun karakter tokoh. Penulis menganalisis tiga karya, yaitu pada film Parasite (2019), film Don't F\*\*k With Cats (2019), dan film The Act (2019). Ketiga karya tersebut masing-masing memiliki narasi dan karakter tokoh yang mana penulis tertarik untuk menjadikannya inspirasi dalam membuat narasi dan karakter tokoh untuk perancangan karya tugas akhir.

## **4. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

### **4.1 Konsep**



Terciptanya sebuah karya yang sukses tidak lepas dari matangnya sebuah konsep yang ditentukan sebelumnya. Dalam menyutradarai iklan layanan masyarakat mengenai kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif, diperlukan konsep pesan, konsep kreatif hingga konsep visual yang jelas agar informasi yang disampaikan sutradara melalui media audio visual ini dapat diterima serta dipahami dengan baik oleh masyarakat. Berikut konsep-konsep dalam perancangan iklan layanan masyarakat yang akan dibuat.

#### **4.1.1 Konsep Pesan**

Munculnya ide untuk membuat iklan layanan masyarakat mengenai kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dimulai dari keresahan penulis yang melihat adanya video-video dengan pesan non-verbal beredar luas di media sosial. Beberapa konten di antara video tersebut tidak biasa, dalam artian banyak kejanggalan di dalamnya. Dari pengamatan penulis melalui observasi tidak langsung, pesan yang disampaikan melalui video-video yang beredar tersebut kebanyakan berisi pesan permintaan tolong dalam bentuk non-verbal seperti kode Morse.

Pesan di dalam perancangan ini akan menggambarkan seperti apa kode Morse itu sendiri, apa bentuknya, bagaimana cara menggunakannya hingga menyampaikan bahwa kode Morse merupakan salah satu alat komunikasi alternatif yang efektif untuk digunakan pada keadaan-keadaan tertentu khususnya dalam keadaan berbahaya di media sosial, sehingga apabila ada orang yang menggunakan kode Morse untuk menyampaikan pesan melalui video di media sosial, masyarakat dapat lebih peka dan diharapkan dapat menerjemahkan pesan tersebut sehingga meminimalisir miskomunikasi yang akan terjadi.

#### **4.1.2 Konsep Kreatif**

Sebagai sutradara, penulis harus mampu menyampaikan pesan dengan baik dan jelas serta harus mempunyai konsep yang matang tentang apa yang akan ditayangkan dalam iklan ini. Iklan non komersil seperti iklan layanan masyarakat ini penulis pilih dengan tujuan untuk memperkenalkan, memberi informasi, mempersuasi khalayak untuk keuntungan sosial dengan maksud menambah pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap informasi yang diiklankan. Iklan layanan masyarakat ini fokus menggambarkan pada bagaimana penggunaan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam keadaan berbahaya di media sosial dan dampak apa yang akan terjadi apabila masyarakat acuh terhadap komunikasi non verbal yang disampaikan tersebut.

##### **4.1.2.1 Pendekatan Verbal**

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini, target audiens primernya adalah masyarakat Indonesia. Penulis menggunakan Bahasa Indonesia untuk memudahkan penonton dalam menangkap pesan yang disampaikan. Penulis juga menggunakan sedikit bahasa Inggris untuk istilah nama fitur di media sosial.

##### **4.1.2.2 Pendekatan Visual**

Dalam tampilan visual iklan, penulis mengacu pada gambaran bagaimana keadaan berbahaya membuat seseorang terpaksa menggunakan komunikasi non verbal kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif di media sosial. Proses pengambilan gambar untuk tampilan visual ini dipertimbangkan melalui angle dan shot size kamera. Pengambilan gambar secara luas digunakan untuk memperlihatkan setting/latar yang memperkuat karakter tokoh, sedangkan pengambilan gambar secara sempit digunakan untuk memperlihatkan detail yang bertujuan untuk menggambarkan ekspresi tokoh serta memberi informasi mengenai penggunaan kode Morse.

##### **4.1.2.3 Pendekatan Iklan**

Pendekatan pada iklan layanan masyarakat ini menggunakan pendekatan narasi informatif. Penulis menyampaikan pesan melalui percakapan tokoh Naya dengan ibu angkatnya dalam menjalani keseharian mereka, serta didukung oleh percakapan tokoh Rani dengan kedua temannya agar informasi tentang kisah Naya dalam iklan ini dapat diketahui dengan jelas oleh target audiens.

##### **4.1.2.4 Penggayaan**

Gaya impresionisme dipilih penulis dalam menggarap iklan layanan masyarakat ini. Dalam menggunakan penggayaan impresionisme, pada unsur naratifnya banyak manipulasi plot waktu serta subjektifitas. Selain itu sutradara bertujuan untuk membangun emosional dan dramatisasi penonton serta memvisualisasikan kondisi mental yang dialami tokoh pada adegan yang ditampilkan melalui penggunaan teknik sinematografi dan editing.

##### **4.1.2.4 Bentuk**

Bentuk yang dipilih adalah iklan layanan masyarakat berbentuk film pendek. Penulis sebagai sutradara menyajikan penggambaran bagaimana cara menggunakan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif dalam realitas keadaan

berbahaya yang sesungguhnya. Informasi disampaikan melalui aksi tokoh dalam alur cerita yang dirancang oleh penulis berdasarkan fenomena yang diangkat.

#### 4.1.3 Konsep Media

Penulis sebagai sutradara akan memproduksi sebuah media sebagai produk akhir dari perancangan proyek. Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu media utama yang dipilih karena cukup menghibur dan efektif. Media ini mampu mempersuasi atau mendidik masyarakat untuk menambah pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap informasi yang diiklankan dengan menarik dan mudah dipahami. Iklan layanan masyarakat ini akan ditayangkan di platform media sosial. Penulis memilih media sosial berdasarkan hasil kuisioner yang menunjukkan bahwa responden menggunakan media sosial sebagai media untuk mengakses berbagai informasi.

#### 4.2 Proses Perancangan

Dalam proses perancangan sebuah iklan layanan masyarakat ini meliputi tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Dalam perancangan ini jobdesc penulis adalah sutradara. Berikut merupakan tahapan proses perancangan sesuai dengan jobdesc penulis sebagai sutradara.

##### 4.2.1 Pra Produksi

Dalam tahapan ini, sutradara bertugas untuk membuat konsep yang terdiri dari ide cerita/premis, judul, membuat alur, membuat naskah, pemilihan crew, timeline shooting dan membuat estimasi biaya.

##### 4.2.2 Produksi

###### a. Eksekusi Produksi

Proses produksi dilakukan di Villa K, Villa Istana Bunga di Lembang. Dalam eksekusinya, proses reading dan persiapan memakan waktu 1 hari, proses syuting 2 hari dan proses pemindahan file serta merapikan kembali seluruh alat dan lokasi memakan 1 hari, total keseluruhan eksekusi produksi adalah 4 hari.

Pengambilan gambar iklan layanan masyarakat ini menggunakan kamera Lumix GH5S dan Lumix GH5, serta alat-alat pendukung lainnya seperti tripod, stabilizer, lighting dan untuk sound seperti boom set dan clip on.

###### b. Komposisi

Komposisi gambar yang diambil kebanyakan menggunakan symmetrical framing dan rule of third. Banyak menggunakan shot size medium shot dan close up serta didominasi movement still walaupun tidak sedikit pula movement panning. Pengambilan komposisi ini bertujuan untuk memberi persepsi tentang ruang serta posisi objek atau karakter kepada penonton dalam satu ruangan. Selain itu juga bertujuan agar audiens dapat melihat dengan jelas ekspresi dan karakter tokoh yang diperankan.

##### 4.2.3 Pasca Produksi

###### a. Proses Editing

Hasil produksi berupa kumpulan shot-shot video ditempatkan di folder sesuai dengan urutan scene. Penulis sebagai sutradara bekerjasama dengan editor dan visual effect supervisor untuk merangkai kumpulan shot-shot yang sudah dipilih berdasarkan catatan script continuity saat proses produksi.

###### b. Mixing

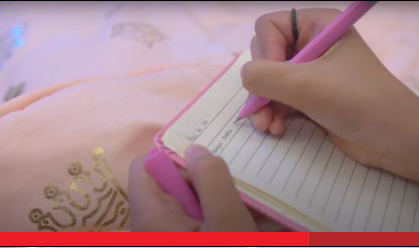



Dalam proses penentuan scoring, sutradara bekerjasama dengan sound designer untuk membuat scoring dalam beberapa mood agar sesuai di setiap adegannya. Scoring didominasi oleh instrumental yang menegangkan tetapi tetap santai. Selain itu pada proses mixing, audio dari dialog tokoh, suasana di lokasi produksi dan scoring musik diseimbangkan agar menjadi teratur dan cocok dengan visual yang ditampilkan.







#### 4.3 Hasil Perancangan

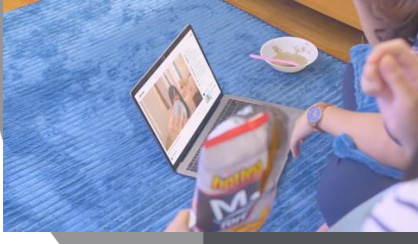
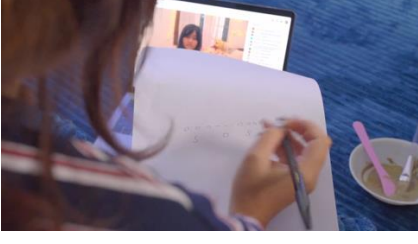
##### 4.3.1 Penyutradaraan

Scene	Shot	Eksekusi	Keterangan
1	1		<p>Scene pertama <i>detail shot</i> yang bertujuan untuk menggambarkan kegiatan tokoh Naya sebagai seorang <i>beauty vlogger</i>.</p>
	2		<p>Naya membuat video <i>tutorial makeup</i> sehari-harinya ke youtube <i>channel</i>nya.</p>
2	1		<p>Tampilan video Naya di youtube.</p>
3	1		<p>Detail shot handphone perempuan 1</p>
4	1		<p>Perempuan 2 sedang menonton video Naya dan mempraktekannya.</p>
5	1		<p>Perempuan 3 sedang menonton video Naya di halaman rumahnya</p>



6	1		<p>Naya mencurahkan isi hatinya di buku diary</p>
	2		<p>Detail shot saat Naya menulis diary</p>
	3		<p>Mama menyuruh Naya untuk membuat konten video 2x sehari</p>
7	1		<p>Naya baru saja selesai syuting dan memasuki kamarnya</p>
	2		<p>Naya menjatuhkan botol pembersih <i>makeup</i></p>
	3		<p>Naya mengambil tas dibawah Kasur saat ingin mengambil pembersih <i>makeup</i> yang terjatuh</p>
	4		<p>Naya menemukan buku kode Morse didalam tas</p>

8	1		<p>Naya mengambil <i>laptop</i></p>
	2		<p>Naya membuka <i>Google</i> untuk mencari informasi tentang kode Morse</p>
	3		<p>Naya membaca artikel tentang kode Morse</p>
	4		<p>Naya memeraktekan kode Morse dengan ketukan jari</p>
9	1		<p>Mama menyuruh Naya untuk bersiap <i>live streaming</i> esok hari</p>
	2		<p>Naya kesal dan melampiaskannya kepada boneka</p>
	3		<p>Naya menulis SOS di boneka untuk persiapan <i>live streaming</i> esok hari</p>

	4		Naya berlatih kode Morse dengan buku yang ia temukan
10	1		Naya memulai <i>live streaming</i>
11	1		Netizen 4 sedang menonton <i>live streaming</i> Naya
12	1		Rani dan teman-temannya sedang menonton <i>live streaming</i> Naya
	2		Rani melihat ada kejanggalan pada <i>live streaming</i> Naya
	3		Rani memecahkan kode Morse yang disampaikan Naya

	4		Poster kode Morse dikamar Rani
13	1		Mama mencelupkan kepala Naya kedalam air
	2		Mama menyiksa Naya
14	1		Rani sedang melihat berita
	2		Tampilan berita di <i>handphone</i> Rani

(Sumber data : dokumen pribadi, 2021)

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penggunaan kode Morse sebagai alat komunikasi alternatif sampai saat ini cukup efektif digunakan untuk menyampaikan pesan, khususnya dalam keadaan berbahaya di media sosial. Implementasi kode Morse di media sosial ini umumnya disampaikan melalui video yang di dalamnya terdapat ketukan dan kedipan mata dari si penyampai pesan. Dalam observasi dan data yang diperoleh, terdapat kasus-kasus dimana si penyampai pesan merupakan korban dari tindak kejahatan fisik dan kejahatan eksploitasi manusia di media sosial. Mereka tidak dapat menyampaikan pesan untuk meminta tolong menggunakan bahasa verbal sehingga mereka menggunakan bahasa non-verbal seperti kode Morse untuk menyampaikan pesan kepada penontonnya. Hal ini dilakukan korban untuk mengurangi resiko dari

pelaku kejahatan yang bisa saja mencelakai fisik bahkan nyawa korban jika mereka ketahuan terang-terangan meminta tolong menggunakan bahasa verbal.

Dalam iklan layanan masyarakat ini, sutradara bertanggungjawab untuk membangun karakter tokoh dan menggambarkan apa yang sedang dialaminya hingga tokoh tersebut menggunakan Kode Morse untuk menyampaikan pesan kepada penontonnya. Hal ini bertujuan untuk membangun emosi dan dramatisasi sehingga penonton dapat memahami betul apa yang dirasakan tokoh. Sutradara mengenalkan kode Morse dalam bentuk buku yang ditemukan oleh tokoh, lalu informasi kode Morse melalui keingintahuan tokoh dan bagaimana si tokoh menyampaikan kode Morse melalui ketukan dan kedipan mata pada saat video live streaming Youtube. Sutradara juga membangun karakter tokoh lainnya yang menjadi representasi untuk menggambarkan apa yang akan terjadi jika masyarakat kurang pengetahuan dan acuh terhadap penggunaan kode tersebut. Hal ini diharapkan mampu menggambarkan dampak yang terjadi jika masyarakat minim pengetahuan dan acuh tentang kode Morse yang digunakan oleh korban kejahatan eksploitasi manusia di media sosial, sehingga dapat menambah pengetahuan, kesadaran sikap dan perilaku masyarakat mengenai pentingnya pengetahuan kode Morse.

## 5.2 Saran

Penulis berharap masyarakat Indonesia untuk lebih menambah pemahaman mengenai kode Morse, karena kita tidak pernah tau apakah kita akan selalu dapat berkomunikasi menggunakan bahasa verbal pada umumnya atau tidak, serta meningkatkan kesadaran dan rasa kepedulian yang tinggi pada orang-orang yang menggunakan kode tersebut. Salah satu kasusnya adalah pada mereka korban-korban tindak kejahatan yang menggunakan kode Morse untuk meminta tolong melalui media sosial. Di internet ini banyak sekali hoax dan gimmick yang beredar, namun harapan penulis untuk masyarakat adalah untuk lebih jeli dalam melihatnya. Tidak ada ruginya mencari tahu tentang hal tersebut lebih dalam, karena apabila hal tersebut benar, kita dapat menyelamatkan kehidupan seseorang dari pelaku tindak kejahatan tersebut.

Adapun untuk pembaca yang akan meneliti, diharapkan membuat media yang mengangkat kode Morse dari perspektif lainnya serta melengkapi kekurangan dalam perancangan karya tugas akhir ini untuk penelitian dan perancangan yang lebih baik lagi. Penulis juga menyarankan untuk memperelajari dan memperhatikan isi dari perancangan karya tugas akhir ini agar mengetahui sekaligus memahami teknik penyutradaraan dalam merancang sebuah iklan layanan masyarakat.

## REFERENSI

### Buku

- [1] Afrizal, Prof. Dr., M.A. (2014). Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- [2] Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Kriminal 2020 (Cetakan Pertama). Indonesia: BPS-Statistic Indonesia.
- [3] Bob Sunardhi, Andri. (2016). Boyman Ragam Latih Pramuka. Bandung: Nuansa Muda.
- [4] Ebert, Ronald J. (2014). Pengantar Bisnis (Cetakan kesepuluh). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [5] Kasali, Rhenald. (2007). Manajemen Periklanan (Cetakan kelima). Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- [6] Rezi, Maulana. (2018). Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan (Cetakan Pertama.) Yogyakarta: Phenix Publisher.
- [7] Sarumpeat, S (2008). Job Description Pekerja Film. Jakarta: Karyawan Film dan TV (KFT).
- [8] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV
- [9] Widyatama, Rendra. (2007). Pengantar Periklanan. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

### Jurnal

- [1] Akbar, Budiman. (2017) Struktur Film (Struktur Film Eiffel...I'm In Love). Politeknik Negeri Media kreatif Jakarta, 117-121.
- [2] Belasunda, Riksa, (dkk). (2014). Hibriditas Medium pada Film Opera Jawa Karya Garin Nugroho sebagai Sebuah Dekonstruksi. ITB Jurnal of Visual Art and Design, 6(2), 109-110.



- [3] Ekayanti, Nuril Annissa. (2015). Peningkatan Sikap Empati Melalui Bimbingan Kelompok Berbantuan Teknik Problem Solving Pada Siswa Kelas X.A.V.1 SMK Negeri Jiwan Kabupaten Madiun, 25-26.
- [4] Mukaromah,(dkk).(2017). Iklan Layanan Masyarakat Dan Respon Khalayak, 221.
- [5] Widiyatmaka, Wegig.(2015). Gaya Penyutradaraan Impresionisme Pada Film Sang Kiai. Institut Seni Indonesia Surakarta,86-96.

### Skripsi

- [1] Agil Farera, Fiby. (2017). Analisis Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Audio Visual Tentang Pencegahan Kecacingan Anak Versi “Lula Kamal”[skripsi]. Jember (ID) : Universitas Jember.
- [2] Bilhaq, Aufa. (2019). Penataan Kamera Pada Film Dokumenter Performatif Baduy Ingkah Kausa[skripsi]. Bandung (ID) : Universitas Telkom.
- [3] Brilian, Ahmad Hayam. (2015). Pengenalan Sandi Morse Dari Sinyal Electroencephalogram Yang Direkam Perangkat Neurosky Mindwave[skripsi]. Surabaya(ID) : Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- [4] Damayanti, Audia. (2020). Penyutradaraan Film Dokumenter Ritual Di Makam Embah Buyut Gelok Subang[skripsi]. Bandung (ID): Universitas Telkom.
- [5] Muditeshwari, Muhammad. (2013). Hubungan Antara Religiusitas Dengan Empati Pada Remaja Kristen Di Surabaya[skripsi]. Surabaya (ID) : Universitas 17 Agustus 1945.
- [6] Nirwana, Mahanani Atina. (2020). Penyutradaraan Iklan Layanan Masyarakat Pengaruh Kekerasan Pada Anak Dalam Keluarga Terhadap Psikologis Anak [skripsi]. Bandung (ID): Universitas Telkom.
- [7] Widyastuti, Nirmala. (2019). Penyutradaraan Features Travelogue Batik Bakaran Sebagai Kebudayaan Lokal Pati[skripsi]. Bandung (ID): Unviersitas Telkom.

