

Perancangan Video Pendek Kampanye "Berhenti Merokok" untuk Mengurangi Pecandu Rokok di Kalangan Pelajar (Studi Kasus di SMK Kartika Siliwangi XIX-1 Bandung)

Rapiudin

Universitas BSI Bandung, rapiudin0403@bsi.ac.id

ABSTRACT

Smoking habit in students is very dangerous if review from educational or healthiness and social economical aspect. Refer from educational aspect it's very clearly that smoking habit in students realm is forbidden in educational realm, while from healthiness aspect the result is can causes heart attack, cancer, interference pregnancy and fetus. While from economical aspect is not needed outcome or wasting money.

Advertising intensive and cigarette product promotion and less of graphical caution for danger of smoking is one of causes that increase smoker in students realm. Be expected with this "Short Video Design As "Quit Smoking" Campaign To Reduce Cigarette Addict In Students Realm (Case Study At SMK Kartika Siliwangi XIX-1 Bandung)" can be one of alternatives as solution toward smoking problem in students realm.

Keyword : Short Video, Campaign, Stop Smoking

ABSTRAK

Kebiasaan merokok dikalangan pelajar sangat membahayakan baik ditinjau dari segi pendidikan, kesehatan maupun sosial ekonomi. Dilihat dari sudut pandang pendidikan sudah jelas bahwa kebiasaan merokok dikalangan pelajar sangat dilarang, sedangkan dari segi kesehatan akibat dari kebiasaan merokok akan menyebabkan berbagai penyakit seperti serangan jantung, kanker, gangguan kehamilan, dan janin. Apabila dari segi ekonomi merupakan pengeluaran anggaran yang tidak perlu atau pemborosan.

Gencarnya iklan serta promosi produk rokok serta minimnya peringatan grafis terhadap bahaya merokok merupakan salah satu penyebab semakin bertambahnya para perokok dikalangan pelajar. Diharapkan dengan adanya "Perancangan Video Pendek Sebagai Kampanye "Berhenti Merokok" Untuk Mengurangi Pecandu Rokok Dikalangan Pelajar (Studi Kasus Di SMK Kartika Siliwangi XIX-1 Bandung)" bisa menjadi salah satu alternatif solusi terhadap permasalahan merokok dikalangan pelajar.

Kata Kunci : Video Pendek, Kampanye, Berhenti Merokok

PENDAHULUAN

Kebiasaan merokok bukanlah hal baru lagi bagi remaja Indonesia khususnya bagi para pelajar menengah atas, fenomena seperti ini sudah mulai banyak ditemukan di kota-kota besar di Indonesia. Di kota besar seperti Bandung ini "smoke culture" sudah bukan menjadi hal yang tabu lagi dikalangan pelajar, tidak jarang kita menemukan para pelajar menengah atas yang masih mengenakan baju seragam merokok bersama teman-temannya ataupun sendirian.

Namun cukup mengejutkan ketika survei data dari *Global Youth Tobacco Survey* menyebutkan Indonesia merupakan negara dengan jumlah remaja perokok terbesar di Asia. Data menyebutkan bahwa pada tahun 2013, 45% - 55% pelajar di Indonesia adalah perokok aktif.

Data menunjukkan prevalensi merokok remaja usia 15 tahun keatas pada tahun 2010 mencapai 35%; yang terdiri atas 65% pria dan 35% wanita. Sepuluh tahun terakhir (2001-2010), dilaporkan bahwa usia perokok pemula yaitu 5-9 tahun terjadi peningkatan dari 0,4% pada tahun

2001 menjadi 1,7%. Prevalensi perokok usia remaja 13-15 tahun juga mengalami peningkatan dari 12,6% pada tahun 2006 menjadi 20,3% pada tahun 2009. Prevalensi perokok usia 10-14 tahun, pada 1995 sebesar 0,3% atau sekitar 71.000 orang, dan pada tahun 2010 meningkat tajam menjadi sekitar 426.000 orang.

Adapun data yang penulis dapatkan dari hasil kuisisioner kepada siswa SMK Kartika Siliwangi XIX-1 Bandung menyebutkan bahwa 90% dari mereka adalah perokok aktif, 5% dari mereka pernah merokok, dan hanya 5% saja dari mereka yang tidak merokok.

Miris memang saat kita ketahui peningkatan signifikan jumlah perokok dikalangan para pelajar, diusianya yang produktif mereka malah menanam penyakit untuk dituai dimasa tuanya. Karena dampak kesehatan akibat rokok ini membawa konsekuensi jangka panjang. Apabila diusianya yang masih belasan tahun sudah mulai merokok, mungkin pada usia tiga puluhan mereka sudah mulai sakit-sakitan. Bukannya menikmati hidup dimasa tuanya, mungkin mereka yang merokok malah menghabiskan hari tuanya di rumah sakit dikarenakan penyakit yang diakibatkan oleh rokok.

Salah satu penyebab semakin terus bertambahnya perokok di Indonesia dikarenakan banyaknya iklan rokok yang beredar di masyarakat. Entah itu iklan yang tayang di televisi, baligho, spanduk, poster, dan iklan promosi lainnya. Serta ditambah dengan adanya *image* yang dibentuk oleh iklan rokok tersebut sehingga terlihat seakan orang yang merokok adalah orang yang sukses dan tangguh yang dapat melalui rintangan apapun.

Iklan, promosi, ataupun sponsor merupakan kegiatan yang dilakukan para produsen rokok untuk mempermudah para produsen rokok dalam mempengaruhi remaja dan anak-anak. Pengaruh iklan sangat mempengaruhi dalam kehidupan remaja. Terkadang remaja yang menjadi perokok pemula tersebut akibat melihat iklan rokok di lingkungan mereka,

biasanya mereka hanya sekedar iseng untuk mencobanya hingga menjadi seorang pecandu rokok berat diusianya yang masih terhitung belasan tahun.

Selain itu, minimnya peringatan grafis terhadap masyarakat adalah salah satu faktor semakin banyaknya para konsumen rokok. Tidak sebanding dengan iklan promosi rokok yang begitu banyak, entah itu di warung-warung pinggir jalan, super market, warung nasi, trotoar jalan, internet, media massa bahkan media sosial sekalipun tidak lepas dari iklan promosi produk rokok, sedangkan untuk iklan layanan masyarakat “anti rokok” sangatlah minim sekali, bahkan bisa dihitung dengan jari.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk membuat media informasi berupa video pendek yang dikemas secara unik dan menarik agar pesan yang ada dalam video pendek lebih mudah difahami oleh kalangan pelajar, dan menjadi salah satu media informasi tambahan untuk kalangan orang tua dan masyarakat.

KAJIAN LITERATUR

Multimedia

Multimedia adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi. Multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan. Selain dari dunia hiburan, multimedia juga diadopsi oleh dunia Game. Multimedia juga dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda dalam menyampaikan informasi berbentuk teks, audio, grafik, animasi, dan video.

Berdasarkan kategorinya multimedia dapat didefinisikan menjadi dua kategori, yaitu *Multimedia Content Production* dan *Multimedia Communication*.

a. *Multimedia Content Production* adalah penggunaan beberapa media (teks, audio, grafik, animasi, video dan *interactivity*) yang berbeda dalam menyampaikan suatu informasi atau menghasilkan

produk multimedia seperti video, audio, musik, film, game, *entertainment*, dan lain sebagainya. Bisa juga dikatakan sebagai penggunaan beberapa teknologi yang berbeda yang memungkinkan untuk menggabungkan media (teks, audio, grafik, animasi, video, dan *interactivity*) dengan cara yang baru untuk tujuan komunikasi.

- b. *Multimedia Communication* adalah penggunaan media (massa), seperti televisi, radio, media cetak dan internet untuk mempublikasikan / menyiarkan / mengkomunikasikan material periklanan, publikasi, *entertainment*, berita, pendidikan, dll.

Dengan penggunaan multimedia, penyampaian informasi akan menjadi lebih menarik dan mempermudah pengguna dalam mendapatkan informasi tersebut. Seperti yang disebutkan dalam laporan hasil penelitian yang dikeluarkan oleh *Computer Technology Research* (Hofstetter, p4) bahwa seseorang hanya akan mendapatkan 20% dari apa yang mereka lihat dan 30% dari yang mereka dengar. Sedangkan melalui multimedia akan mendapatkan 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar, sampai 80% dari apa yang mereka lihat, dengar dan berinteraksi dengan waktu yang sama.

Videografi

Video atau gambar bergerak adalah data digital yang terdiri dari beberapa gambar. Istilah video biasanya mengacu pada beberapa format penyimpanan gambar bergerak. Terbagi menjadi dua, yaitu video analog, contohnya VHS dan Betamax, dan video digital, contohnya DVD, Quicktime, dan MPEG-4. Video dapat direkam dan ditransmisikan dalam berbagai media fisik, pada pita magnetik ketika direkam sebagai Pal atau NTSC signal elektrik dengan video camera, atau MPEG-4 ketika

direkam menggunakan kamera digital. Gambar tersebut dapat ditemui di kehidupan sehari-hari, seperti saat melihat benda-benda yang bergerak. Melalui sebuah teknologi (kamera), gambar-gambar bergerak dapat disimpan pada sebuah data digital (video). Untuk dapat menampilkan data digital (video) ini maka diperlukan sebuah alat untuk mengubah data digital menjadi analog misalnya televisi dan monitor.

Sedangkan menurut Effendi video merupakan gabungan dari gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam satu waktu dengan kecepatan tertentu, gambar-gambar yang digabung dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar tersebut disebut *frame rate*, dengan satuan fps (*frame per second*), karena bila dimainkan dengan kecepatan tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, maka semakin besar nilai *frame rate* maka semakin halus pula pergerakan yang ditampilkan, sedangkan Video adalah bagian dari gambar-gambar yang saling berurutan yang disebut *frame* dengan ukuran standar 24 *frame / second* ($FPS = \text{Frame Per Second}$), gambar-gambar tersebut kemudian diproyeksikan diatas layar. File-file video tersebut terdiri dari berbagai bentuk yaitu MOV, AVI, MPEG yang didalamnya terdapat fasilitas untuk menyimpan file dalam bentuk gambar dan suara.

Menurut Fajar Tri Prabowo, video merupakan gabungan gambar-gambar diam yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar tersebut digabung dan diberi nama *frame* dan kecepatan membaca *frame* tersebut disebut *frame rate*. Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakin besar nilai *frame rate* maka akan semakin halus juga pergerakan yang ditampilkan.

Sedangkan istilah videografi adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain didalam bidang teknik,

saintifik, produksi dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan dari *videotape*, dan juga perekam video serta pemutar video.

Perilaku Merokok Pelajar

Perilaku merokok merupakan suatu kegiatan yang banyak dilakukan oleh banyak orang dan menjadi tren khususnya dikalangan remaja akan tetapi dapat berakibat buruk bagi kesehatan. Merokok adalah perilaku yang membahayakan kesehatan baik bagi perokok sendiri maupun orang lain dan berakibat buruk bagi kesehatan seperti : kanker paru-paru, bronkitis kronis, jantung koroner, hipertensi. Pada dasarnya remaja sudah mengetahui akibat buruk dari rokok, namun remaja tidak pernah peduli, karena remaja telah memiliki tujuan tertentu antara lain : ingin terlihat lebih gagah dan lebih dewasa, ingin memperoleh kenikmatan, ingin menyesuaikan diri dengan lingkungan supaya terlihat lebih modern dan dianggap gaul.

Hasil survey pada tahun 2007 menunjukkan bahwa sekitar 80% perokok di Indonesia mulai merokok sebelum usia 19 tahun, angka tersebut dinyatakan mengalami kenaikan sebesar 9,4% dari angka tahun 2001. Proporsi perokok pemula remaja terus meningkat, diikuti kelompok umur 5-9 tahun dengan persentase 0,8% pada tahun 2001 menjadi 1,8% di tahun 2004. Peningkatan ini sangat mengkhawatirkan, mengingat negara lain seperti Jepang telah mengalami penurunan jumlah perokok remaja dari 81% pada tahun 1961 menjadi 54% pada tahun 2000.

Berdasarkan penelitian Komnas Perlindungan Anak tahun 2007 didapatkan sekitar 91,7% para remaja berusia 13-15 tahun mulai merokok akibat pengaruh iklan. Psikolog Liza Marielly Djaprie menambahkan,

banyaknya perokok remaja tak lepas dari banyaknya iklan subliminal, yaitu teknik yang mengekspose individu terhadap suatu produk, nama dagang atau rangsangan produk lain yang mana seseorang tidak menyadari bahwa dirinya sedang terekspose.

Direktur Eksekutif Lentera Anak Indonesia, Hery Chariansyah, mengatakan mayoritas anak menjadi perokok lantaran terpengaruh iklan di televisi, sedangkan menurut Hery promosi rokok di media penyiaran seperti televisi dan radio sering mengasosiasikan rokok dengan citra keren, gaul, percaya diri, setia kawan dan "macho". Hal ini dinilainya merupakan rangkaian diseminasi pesan sistematis dan taktik pemasaran yang menyesatkan.

METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi dua bagian, yaitu metode pengumpulan data dan metode analisis data :

1. Metode Pengumpulan Data

➤ Metode Observasi

Melakukan observasi langsung ke beberapa instansi untuk mendapatkan data perokok di kalangan pelajar menengah atas.

➤ Wawancara

Melakukan tanya jawab langsung dengan para perokok dikalangan pelajar menengah atas di beberapa sekolah di Bandung untuk mendapatkan informasi yang tepat tentang perilaku merokok di kalangan pelajar menengah atas.

➤ Studi Pustaka

Dalam metode studi pustaka ini peneliti mendapatkan sumber-sumber data dari buku dan artikel yang berhubungan dengan studi literatur pada buku atau referensi yang berkaitan dengan perilaku merokok remaja serta iklan tentang rokok.

2. Metode Analisa Data

Untuk analisa data peneliti menggunakan analisis

SWOT (*Strenght, Weaknes, Opportunities, Treath*) sebagai acuan untuk menganalisa data.

Analisis SWOT digunakan untuk memperjelas kelemahan dan kekurangan agar dapat memaksimalkan potensi-potensi yang ada. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat melemahkan (*weaknes*) dan ancaman (*threath*).

PEMBAHASAN

Media pada dasarnya dapat dimaknai sebagai sesuatu yang membawa pesan dan informasi antara pengirim dan penerima. Penggunaan media dalam aktifitas pembelajaran, setiap jenis media memiliki kemampuan dan karakteristik atau fitur spesifik yang dapat digunakan untuk keperluan yang spesifik pula. Fitur-fitur spesifik yang dimiliki oleh sebuah media pembelajaran membedakan media tersebut dengan jenis media lain.

Dalam perancangan media yang efektif, menarik, serta mudah difahami oleh pelajar diperlukan penentuan tema dan konsep agar tujuan dari perancangan ini bisa tercapai.

1. Pengumpulan Informasi

Proses pengumpulan informasi dimaksudkan agar perancangan kampanye video pendek ini tidak jauh dari kebiasaan pelajar saat ini. Adapun beberapa proses pengumpulan informasi diantaranya : observasi lapangan, wawancara dengan pelajar menengah atas, dan studi pustaka.

2. Penentuan Ide

Pada proses penentuan ide, terlebih dahulu mencari referensi sebanyak mungkin tentang konsep- konsep yang sudah ada. Referensi yang didapatkan didominasi dari internet karena melalui media cetak untuk konsep dan ulasan video pendek sangatlah terbatas. Pada perancangan video pendek ini dimasukan 3(tiga) point penting yang akan disampaikan pada target sasaran, yaitu :

1) Angka Kematian Akibat Rokok

Untuk menambah sensasi dramatis pada angka kematian yang ditimbulkan oleh rokok, penulis menggunakan golok asli sebagai properti tambahan sebagai semiotika gerak.



Gambar 1

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

2) Bahaya Perokok Pasif

Pada segmen ini akan langsung menggambarkan paparan asap rokok yang nyata, yaitu seorang pelajar laki-laki yang memaparkan asap rokoknya kepada pelajar perempuan.

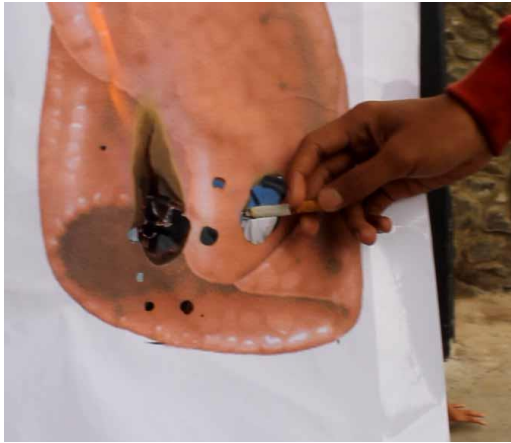


Gambar 2

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

3) Penyakit Akibat Rokok

Dalam segmen terakhir ini akan menggunakan properti *x- banner* bergambar paru- paru yang terbakar langsung akibat rokok. Hal tersebut sebagai gambaran penyakit kanker paru- paru yang disebabkan oleh rokok.



Gambar 3

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

3. Strategi Kreatik

Strategi media yang penulis lakukan untuk kampanye ini adalah menyebarluaskan melalui media sosial sebagai langkah awal. Dengan target sasaran kalangan pelajar, menjadikan nilai plus tersendiri apabila dilihat dari segi promosinya. Karena generasi pelajar saat ini sangat aktif terhadap media sosial, sehingga untuk langkah awalnya penulis akan menyebarluaskan kampanye ini melalui media sosial (*youtube, facebook, twitter*, dan media sosial lainnya). Penulis juga akan membuat media tambahan untuk mensukseskan kampanye ini, seperti membuat poster, *styrofoam 3D*, *merchandise* dan media pendukung lainnya.

4. Perlengkapan yang Digunakan

a) Kamera Canon EOS 1100D DSLR



Gambar 4

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

b) Lensa Standard Canon EOS 1100D DSLR dan Lensa Fix



Gambar 5

Sumber:

http://www.kenrockwell.com/canon/lenses/images/50mm-f18/D3S_1542-1200.jpg

c) Tripod



Gambar 6

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

d) Slider



Gambar 7

Sumber: Data diolah penulis, Juli 2015

e) Clapper Board



Gambar 8

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

5. Teknis Editing

Dalam proses editing ini menggunakan beberapa program pendukung untuk mendapatkan hasil video yang maksimal. Adapun program-program yang digunakan dalam pengeditan video pendek ini adalah : Adobe Photoshop CS3, Adobe Premier Pro CS3, Adobe After Effect CS3.\



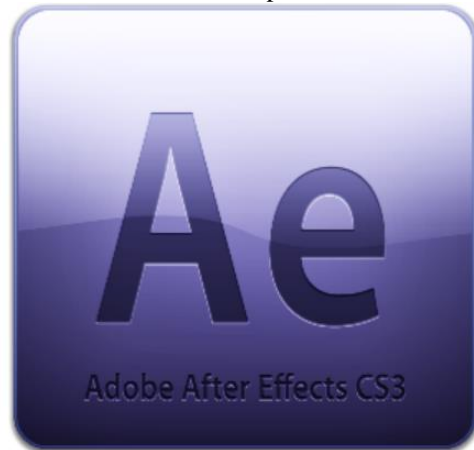
Gambar 9

Sumber :Data diolah penulis, Juli 2015



Gambar 10

Sumber : Data diolah penulis, Juli 215



Gambar 11

Sumber : Data diolah penulis, Juli 2015

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka ada beberapa kesimpulan yang dapat penulis kemukakan:

1. Pemilihan video pendek dalam kampanye “Berhenti Merokok” ini dimaksudkan agar para pelajar lebih mudah mengingat tentang bahaya dan kerugian terhadap pengaruh rokok untuk kesehatan.
2. Penulis memasukan ide kreatif tentang kebiasaan para pelajar dimaksudkan agar pesan dari video pendek ini lebih mudah difahami oleh para pelajar.
3. Penayangan video pendek lewat sosial media agar lebih mudah diakses oleh para pelajar.

Diharapkan untuk kedepannya bagi para mahasiswa BSI Bandung khususnya

jurusan desain komunikasi visual yang akan mengangkat kampanye tentang “berhenti merokok” harus lebih kreatif dan inovatif dari video pendek ini.

Dengan adanya kampanye berupa video pendek ini, diharapkan para pelajar lebih memperhatikan dampak kesehatan akibat merokok. Dan untuk pelajar yang tidak merokok jangan pernah sesekali mencoba untuk merokok, karena dengan adanya zat adiktif yang terkandung dalam rokok membuat para perokok sulit untuk berhenti merokok.

REFERENSI

- Budiman, Kris. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik
- Durianto, Darmadi. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : CV MEDIA KARYA.
- Liliweri, Alo. 2003. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKiS.
- Nurudin, 2001. *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ogilvi, David. 1990. *Pengakuan Orang Iklan*. Jakarta: Pustaka Tangga.
- Piliang, Yasraf. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.
- Saptono, Bambang. 1993. *Reka Reklame*. Jakarta : Penerbit PT AGROMEDIA PUSTAKA.
- Rustan, Suryanto. 2009. *Layout Desain Dan Penerapannya*. Jakarta: PT. GramediaPustaka.
- Setiyono, Budi. 1999. *Cakap Kecap*. Yogyakarta : PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia).
- Tinarbuko, Sumbo. 2005. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Galang Printika.
- Prakosa, Gunawan. 2005. *Film Pendek Independen Dalam Penilaian*. Komite Film Dewan Kesenian Jakarta & Yayasan Seni Visual Indonesia. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Mamer, B. 2009. *Film Production Technique : Creating the Accomplished Image – Fifth Edition*. Cengage Learning. USA
- Badan Pusat Statistik, SUSENAS. 2013. Merokok, Minum-minuman Beralkohol dan Penggunaan Obat Terlarang. Badan Pusat Statistik Bandung.
- www.tempo.coM
- www.kalbemed.com
- www.detik.com
- www.bandung.go.id
- www.gatra.com
- www.antaranews.com