

**PENYUTRADARAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“ANTI KORUPSI”**

Penggunaan Sistem Konotasi dalam Menyampaikan Pesan

KARYA SENI

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai derajat Sarjana Strata I

Program Studi Televisi



Disusun oleh :

Wahyu Utami Wati

NIM: 05102220032

JURUSAN TELEVISI

FAKULTAS SENI MEDIA REKAM

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2010

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
NOV.	3414/H/S/2010
KLAS	
TERIMA	24-8-2010

**PENYUTRADARAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“ANTI KORUPSI”**

Penggunaan Sistem Konotasi dalam Menyampaikan Pesan

KARYA SENI

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai derajat Sarjana Strata 1

Program Studi Televisi



Disusun oleh :

Wahyu Utami Wati

NIM: 05102220032



JURUSAN TELEVISI

FAKULTAS SENI MEDIA REKAM

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2010

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni ini telah diterima dan disahkan oleh tim penguji Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 10/07/2006.

Dosen Pembimbing/Penguji I


Nanang Rahmad Hidayat, M.Sn.
NIP. 132 206 676

Dosen Pembimbing/Penguji II


Lilik Kustanto, S.Sn
NIP. 19740313 200012 1 001

Cognate


Drs. M. Suparwoto

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Drs. Alexandri Luthfi R., M.S.
NIP. 19580912 198601 1 001

Ketua Jurusan Televisi


Deddy Setyawan, M.Sn.
NIP. 19760729 200112 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Utami Wati
No Mahasiswa : 0510220032
Angkatan Tahun : 2005
Judul Penciptaan Karya : Penyutradaraan I LM “Anti Korupsi”
Penggunaan Sistem Konotasi dalam
Menyampaikan Pesan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penciptaan karya seni saya, tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat tulisan atau karya yang pernah ditulis atau diproduksi oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah atau karya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung-jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila di kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 30 Juni 2010



Yang menyatakan,

Wahyu Utami Wati



“Tansah eling lan waspodo...”

Persembahan untuk Bapak dan Ibu saya,
yang penuh kesabaran selalu mengingatkan dan mendo’akan.

Matur nuwun sanget...

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir karya seni dengan judul “Penyutradaraan Iklan Layanan Masyarakat Anti Korupsi”.

Tugas Akhir Karya Seni ini merupakan syarat wajib untuk menyelesaikan studi di Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Adapun penulisan laporan karya iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara konseptual tentang karya audio visual yang telah dikerjakan penulis sebagai sutradara.

Penciptaan karya seni Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Alexandri Lutfhi R., M.S., selaku dosen wali dan Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan selaku dosen wali.
2. Deddy Setyawan, M.Sn., Ketua Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam.
3. Nanang Rakhmad Hidayat M.Sn selaku Dosen pembimbing I.
4. Lilik Kustanto S.Sn., selaku Dosen pembimbing II.
5. Drs. M. Suparwoto, selaku Penguji ahli.
6. Staf pengajar dan karyawan Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institiut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Bapak dan Ibu atas kesabaran, do'a, dukungan moril dan materiil.
8. Mbak Amik, mas Pram, mas Edi, mbak Tiwi atas bantuan dan dukungannya.

9. Anggota Tim Sukses penciptaan karya tugas akhir ILM Anti Korupsi.
10. Catra, Beli Agus, Ofi, Fani, Mbah Putri, Pak Paryanto, Eka, Titis, Mami,
terima kasih banyak atas bantuannya.
11. Titik Tengah Community.
12. Semua pihak yang telah membantu. Terima kasih banyak semuanya.

Meskipun jauh dari kesempurnaan, semoga karya Tugas Akhir ini dapat memberi kontribusi terhadap almamater maupun eksistensi dunia audio visual, serta memberikan semangat kepada kita semua untuk terus berkarya.



Yogyakarta, 30 Juni 2010

Wahyu Utami Wati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Ide Penciptaan Karya.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	4
D. Tinjauan Karya.....	5
BAB II OBJEK PENCIPTAAN	
A. Objek Penciptaan.....	10
B. Analisis Objek.....	12
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Komunikasi.....	15
B. Iklan.....	16
C. Iklan Layanan Masyarakat.....	18
D. Perancangan Karya.....	19
E. Penyutradaraan.....	21

F. Sistem Konotasi.....	23
BAB IV KONSEP KARYA	
A. Konsep Estetika.....	26
B. Desain Program.....	32
C. Desain Produksi.....	33
D. Konsep Teknis.....	43
BAB V PERWUJUDAN DAN PEMBAHASAN KARYA	
A. Proses Perwujudan.....	46
B. Pembahasan Karya.....	51
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DATAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. ILM Anti Korupsi versi <i>Uno</i>	6
Gambar 2. ILM Anti Korupsi versi <i>Keju</i>	7
Gambar 3. Bagan Aktor Korupsi	12
Gambar 4. Bagan Modus Korupsi.....	13
Gambar 5. Peta Tanda <i>Roland Barthes</i>	24
Gambar 6. <i>Shot 1</i>	51
Gambar 7. <i>Shot 2</i>	52
Gambar 8. <i>Shot 3</i>	52
Gambar 9. <i>Shot 4</i>	52
Gambar 10. <i>Shot 5</i>	53
Gambar 11. <i>Shot 6</i>	53
Gambar 12. <i>Shot 7-8</i>	54
Gambar 13. <i>Shot 1</i>	54
Gambar 14. <i>Shot 2</i>	55
Gambar 15. <i>Shot 3</i>	55
Gambar 16. <i>Shot 4-10</i>	56
Gambar 17. <i>Shot 11</i>	57
Gambar 18. <i>Shot 12-14</i>	57
Gambar 19. <i>Shot 15</i>	58
Gambar 20. <i>Shot 16</i>	58
Gambar 19. <i>Shot 17-18</i>	59

ABSTRAK

Iklan merupakan media penyampai pesan. Berdasarkan tujuannya iklan dibagi menjadi dua, yaitu iklan komersil dan iklan non-komersil yang disebut dengan iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat bagian dari kegiatan periklanan yang berlandaskan gerakan moral serta mengemban tugas mulia untuk membangun masyarakat melalui pesan-pesan sosial.

Korupsi menjadi tema utama penciptaan karya iklan layanan masyarakat. Pemilihan tema ini terinspirasi dari keresahan menanggapi fenomena korupsi yang semakin merajalela. Penciptaan iklan layanan masyarakat ini bertujuan menggugah kesadaran masyarakat untuk ikut serta dalam gerakan pemberantasan korupsi serta sebagai sindiran kepada para pelaku korupsi.

Tanda merupakan sesuatu yang berarti sesuatu yang lain. Penggunaan tanda dalam sebuah iklan dirasa sangat efektif mengingat durasi iklan yang sangat pendek, tetapi harus mampu menyampaikan pesan secara utuh dan menarik.

Keywords: Iklan layanan masyarakat, korupsi, sistem konotasi.



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Penciptaan

Proses pembangunan memberikan pengaruh terhadap kemajuan dalam kehidupan masyarakat, selain itu dapat juga mengakibatkan perubahan kondisi sosial masyarakat yang memiliki dampak sosial negatif, terutama menyangkut masalah peningkatan tindak pidana yang meresahkan masyarakat. Salah satu tindak pidana tersebut adalah masalah korupsi.

Tindak pidana korupsi di Indonesia sudah meluas di masyarakat. Perkembangannya pun terus meningkat dari tahun ke tahun, baik dari jumlah kasus yang terjadi maupun jumlah kerugian keuangan Negara. Berdasarkan data yang dilansir *Political Economic Risk Consultancy* (PERC), korupsi di Indonesia adalah yang tertinggi di Asia dengan skor 7,98.¹ Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor utama penghambat keberhasilan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur sebagaimana diamanatkan oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Korupsi berasal dari bahasa Latin, *corruption* yang berarti penyuapan; *corruptore* yang berarti merusak gejala dimana para pejabat, badan-badan negara menyalahgunakan wewenang dengan terjadinya penyuapan, pemalsuan serta ketidakberesan lainnya.² Korupsi merupakan suatu bentuk penyakit sosial yang sangat berbahaya yang mengancam semua aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Korupsi sudah menjadi sesuatu yang membudaya dalam kehidupan masyarakat dan merusak sistem sosial-budaya Indonesia, yang benar menjadi salah dan salah menjadi benar.

¹ Zainal Arifin Mochtar, *et al.*, *Siaran Pers* (Pusat Kajian Anti Korupsi Fakultas Hukum UGM, 2008)

² Evi Hartanti, *Tindak Pidana Korupsi* (Jakarta: Sinar Grafika, 2005), hal. 8.

Menyadari tingginya angka korupsi yang ada di Indonesia, pemerintah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan korupsi tersebut salah satunya dengan pembentukan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Undang-undang Nomor 30 Tahun 2002 menjadi dasar pembentukan Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi yang disingkat Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). KPK merupakan lembaga Negara yang bersifat independen yang dalam melaksanakan tugas dan kewenangannya bebas dari pengaruh kekuasaan manapun. Berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2002, maka tugas dari KPK meliputi: melakukan koordinasi dan supervisi terhadap upaya pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga yang berwenang, melakukan penyelidikan, penyidikan, dan penuntutan terhadap tindak pidana korupsi, melakukan tindakan-tindakan pencegahan tindak pidana korupsi, dan melakukan monitor terhadap penyelenggaraan pemerintah.³

Selain pembentukan KPK tersebut, juga perlu adanya dukungan dari berbagai pihak untuk ikut serta dalam pemberantasan korupsi yang ada di Indonesia. Salah satunya yaitu penggunaan media iklan layanan masyarakat guna menyampaikan ajakan-ajakan untuk melawan korupsi.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) mengenai gerakan anti korupsi merupakan langkah kongkrit dalam mendukung gerakan pemberantasan korupsi. Sebagaimana ILM bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat serta memberikan ajakan untuk ikut serta dalam melakukan suatu tindakan, dalam hal ini tindakan yang dimaksud adalah keikutsertaan dalam pemberantasan korupsi. Penggunaan sistem terbuka atau kampanye anti korupsi dengan media iklan tersebut secara otomatis mendorong keberanian masyarakat untuk melakukan kontrol sosial apalagi ketika kampanye tersebut mendapat legalitas dari elemen masyarakat dan hukum.

³ *Rencana Strategik Komisi Pemberantasan Korupsi 2008-2011*, hal. 1-2.

Terlepas dari kepentingan dan objek iklan tersebut, saat ini banyak iklan yang tidak serta merta menyampaikan pesan secara verbal, tetapi lebih mengajak khalayak untuk berfikir dan memahami pesan dalam iklan tersebut. Begitu pula pada iklan ini, pesan tidak disampaikan langsung secara verbal, akan tetapi perlu pemikiran serta pengendapan yang lebih mendalam untuk mampu menangkap pesan yang ingin disampaikan. Pesan non verbal biasanya disampaikan dengan menggunakan tanda.

Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain.⁴ Merujuk pendapat Roland Barthes mengenai tanda, Barthes menyampaikan bahwa terdapat dua tataran signifikasi, yaitu tataran denotatif dan tataran konotatif. Pada tataran denotasi, penanda dan petanda saling berhubungan membentuk tanda. Pada tataran konotasi, tanda pada tataran denotasi hanya menjadi penanda-penanda yang akan berhubungan dengan petanda-petanda. Merujuk pendapat tersebut maka penyampaian pesan secara non-verbal masuk dalam tataran konotasi.

Penggunaan tanda dalam iklan ini adalah untuk mencapai iklan yang *simple* tetapi mampu berbicara dengan muatan yang luas. Seperti yang disampaikan Budiman Hakim dalam bukunya *Lantaran tapi Relevan* sebagai berikut.

“...pengertian *simple* akan lebih tepat diartikan dengan tidak banyak elemen dan komunikatif. Komunikatif berarti mempunyai kekuatan untuk mengajak konsumennya berkomunikasi, sehingga konsumen dapat menemukan makna lain di balik makna yang terdapat di permukaannya.”⁵

Televisi merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Hal ini dikarenakan iklan televisi memiliki kemampuan yang lebih dibanding media lain. Televisi memiliki jangkauan luas dan kekuatan penyebaran yang cepat, mampu dijangkau oleh berbagai kalangan, dan dalam waktu beberapa detik bisa dilihat oleh ribuan orang di berbagai tempat. Karakteristik khusus yaitu kombinasi gambar, suara, teks, dan gerak yang dimiliki televisi sehingga pesan yang disampaikan menjadi sangat menarik perhatian pemirsanya.

⁴ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), hal. 12.

⁵ Budiman Hakim, *Lantaran tapi Relevan* (Yogyakarta: Galang Press, 2005), hal. 50.

Konsentrasi penciptaan iklan layanan masyarakat dengan media televisi ini adalah bertindak sebagai sutradara atau eksekutor. Penggunaan tanda yang memiliki makna konotatif sebagai materi utama dalam iklan ini menjadi tantangan tersendiri bagi sutradara. Sebelum sutradara mengeksekusi konsep kreatif iklan ini, terlebih dahulu sutradara harus memahami mengenai *signifikansi* dalam iklan itu sendiri. Hal ini agar dalam pengemasannya, pesan dalam iklan tersebut tetap dapat tersampaikan.

B. Ide Penciptaan

Permasalahan korupsi menjadi latar belakang penciptaan karya seni iklan layanan masyarakat, yang mana dalam penciptaan iklan ini korupsi dipersempit pada dua kasus, yaitu mengenai kasus pembocoran aliran dana dan kasus penyyuapan yang terjadi di pengadilan.

Pada versi “Pembocoran Aliran Dana” terinspirasi dari banyaknya kasus korupsi pembocoran dana pemerintah dilakukan oleh berbagai pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga merugikan negara dan menjadikan rakyat kecil sebagai korbannya.

Pada versi “Berat Uang Ringan Perkara” terinspirasi dari fenomena mafia kasus yang saat ini sedang hangat-hangatnya diperbincangkan publik. Kasus ini mencuat ketika Susno Duaji mantan Kaba Reskrim angkat bicara mengenai kasus korupsi yang terjadi diperpajakan dan kasus ini tidak diangkat dipengadilan karena adanya mafia kasus yang memberikan sejumlah uang suap. Berawal dari kasus tersebut, banyak terungkap kasus mafia kasus yang lain.

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Ikut mensukseskan kampanye anti korupsi untuk bangsa Indonesia
- b. Menciptakan sebuah iklan yang komunikatif dan *simple*.

- c. Mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan di jurusan televisi di FSMR ISI Yogyakarta.

2. Manfaat

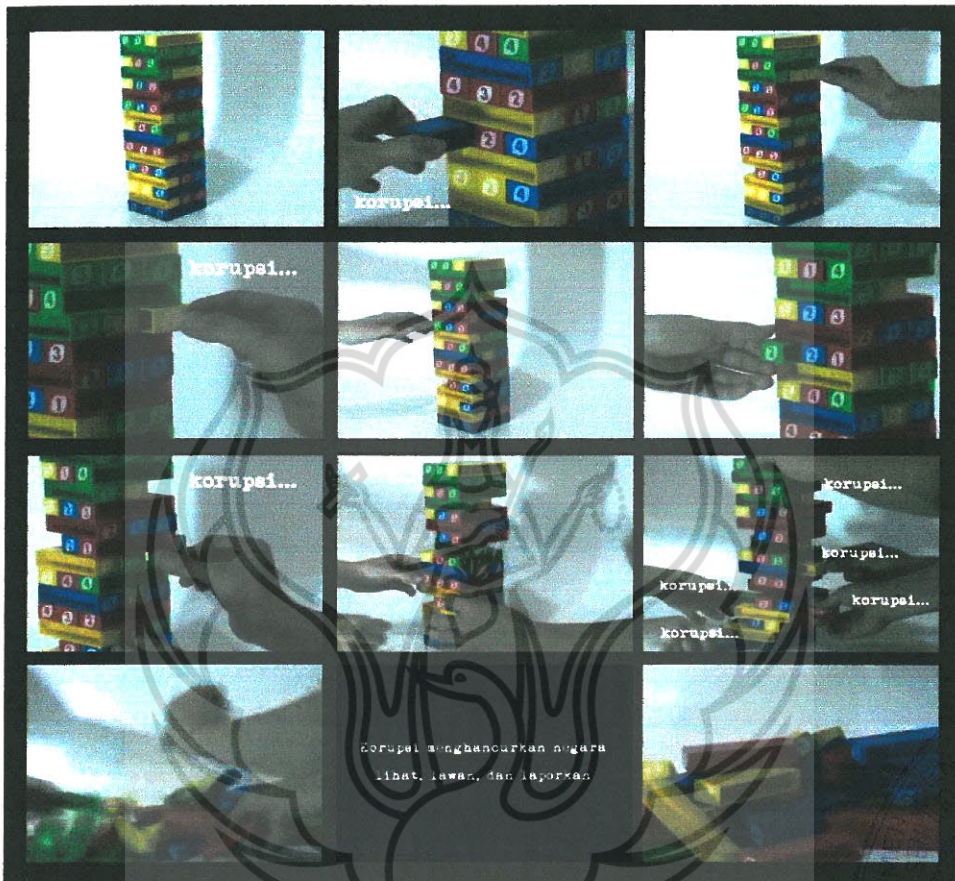
- a. Memberikan alternatif ide dalam visualisasi pada iklan layanan masyarakat yang khusus membahas tentang korupsi.
- b. Mengingatkan kepada masyarakat luas mengenai kondisi negara yang belum semuanya sadar akan bahaya korupsi, juga sebagai himbauan kepada masyarakat agar masyarakat juga ikut berperan aktif dalam pemberantasan korupsi dengan kewaspadaan dari segi internal atau benteng diri.
- c. Menyuguhkan estetika karya seni iklan kepada masyarakat dengan konsep dan metode edukatif melalui media televisi.

D. Tinjauan Karya

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) sudah melakukan berbagai upaya dalam mensosialisasikan peringatan anti korupsi, salah satunya yaitu menggunakan media iklan layanan masyarakat. Terdapat dua iklan anti korupsi yang digunakan sebagai tinjauan karya yaitu iklan korupsi versi *Uno* dan versi kepulauan Indonesia yang terbuat dari keju.

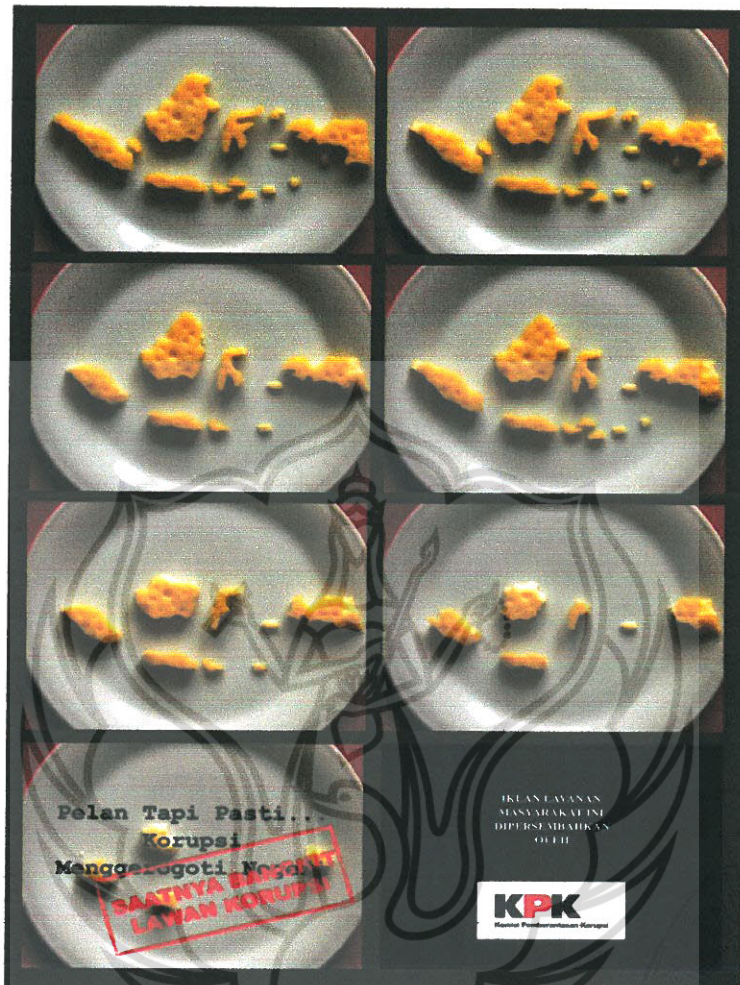
Pada versi yang pertama, korupsi digambarkan seperti sebuah permainan *Uno*, yaitu sebuah permainan balok yang disusun sedemikian rupa kemudian balok tersebut diambil satu-persatu secara hati-hati agar balok yang telah disusun tersebut tidak roboh. Namun dalam iklan ini cara bermain *Uno* didramatisir dengan banyaknya tangan yang mengambil balok tersebut sehingga balok-balok yang disusun tersebut roboh. Iklan ini ingin menyampaikan pesan mengenai kerakusan tangan-tangan manusia yang mampu merobohkan Negara. Iklan ini dihadirkan dalam dua pengambilan gambar, yaitu *full shot* dan *close up*. *Full shot* untuk memberikan informasi mengenai kondisi dan bentuk dari permainan *Uno*, sedang pengambilan

close up digunakan untuk memperlihatkan detail peristiwa ketika tangan mengambil balok-balok *Uno* tersebut.



Gambar 1. Iklan Layanan Masyarakat “Anti Korupsi”, KPK
 Sumber: www.youtube.com

Iklan yang kedua yaitu iklan anti korupsi yang digambarkan melalui potongan-potongan keju yang ditata di atas piring berbentuk kepulauan Indonesia. Potongan-potongan keju yang berbentuk kepulauan Indonesia tersebut sedikit demi sedikit hilang sehingga yang tersisa hanya sedikit dan tidak lagi membentuk kepulauan Indonesia lagi. Penggunaan potongan keju untuk membentuk kepulauan Indonesia yaitu sebagai identitas bahwa keju merupakan makanan yang disukai tikus. Sudah menjadi wacana yang umum bahwa tikus merupakan perumpamaan dari koruptor.



Gambar 2. Iklan Layanan Masyarakat “Anti Korupsi, KPK
 Sumber: www.youtube.com

Secara teknis kedua iklan tersebut menggunakan teknik pengambilan gambar *simple shot*, yang mana dalam kedua iklan tersebut tidak menggunakan pergerakan apapun, baik lensa maupun pergerakan posisi kamera dan hanya ada pergerakan yang sederhana pada objek. Teknik *simple shot* sangat efektif digunakan dalam iklan ini, hal ini dikarenakan objek merupakan tanda yang mampu berbicara sendiri dengan bahasa visual.

Kedua iklan ini menggunakan bahasa gambar yang bermakna konotatif, yang mana makna disampaikan tidak serta merta disajikan secara gamblang atau langsung,

tetapi perlu dikaji dan dicari makna yang lebih mendalam. Makna konotatif tersebut dibentuk dari penggunaan objek berupa permainan *Uno* dan kepulauan Indonesia yang terbuat dari keju.

Mengacu dari kedua iklan tersebut, iklan yang akan diciptakan memiliki kesamaan tema, yaitu mengangkat masalah korupsi serta menggunakan sistem konotasi dalam menyampaikan pesannya. Namun dalam iklan tersebut, korupsi dihadirkan dalam pengertian secara umum sebagai tindakan yang merugikan Negara. Selain pemilihan tanda yang digunakan, tidak adanya fokus masalah yang diangkat dalam iklan tersebut yang menjadi pembeda dengan iklan yang akan diciptakan.

