

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENCEGAH KEBAKARAN HUTAN DI PALEMBANG SUMATERA SELATAN

Muhammad Ajie Danu Wijaya¹⁾, Husni Mubarat²⁾, Aji Windu Viatra³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas IndoGlobal Mandiri
Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang 30129

Email : adjudanuwiajay@gmail.com¹⁾, husnimubarat82@gmail.com²⁾, wIndoe@yahoo.com³⁾

ABSTRACT

Public Service Ads (PSAs) are ads that present social messages that are ready to raise public awareness of the goods they should have, whose conditions can be aligned and public life. This Community Service advertisement is very sociable that emphasizes the interest of the community who likes to instil awareness of the community about important social issues. The choice of design themes of Public Service Ads serves to inform the government and the public. Expected by the design of this ad more than what we want and prepare for fire hazard.

Key words: Public Service Ads, Forest Fires

1. Pendahuluan

Hutan merupakan sumber daya alam yang tidak ternilai karena di dalamnya terkandung keanekaragaman hayati sebagai sumber hasil hutan kayu dan non-kayu, pengatur tata air, pencegah banjir dan erosi serta kesuburan tanah, perlindungan alam hayati untuk kepentingan ilmu pengetahuan, kebudayaan, rekreasi, pariwisata dan sebagainya.

Menurut Ensiklopedia Indonesia, hutan adalah suatu areal yang dikelola untuk produksi kayu dan hasil hutan lainnya dipelihara bagi keuntungan tidak langsung atau dapat pula bahwa hutan sekumpulan tumbuhan yang tumbuh bersama [1].

Salah satu sumber daya alam yang terluas di dunia adalah hutan Indonesia, hutan di Indonesia tersebar luas di Sumatera, Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara dan Papua Hutan sangat berperan bagi ekosistem di Indonesia, sumber daya alam ini memiliki beberapa manfaat seperti penghasil oksigen dan menjaga persediaan oksigen. Selain itu hutan menjadi salah satu sumber cadangan air, mencegah terjadinya banjir, mencegah erosi dan tanah longsor, dan sebagai sumber bahan baku aneka produk kebutuhan manusia.

Sebagian besar hutan di Indonesia dilindungi oleh pihak pemerintah karena sering terjadinya kerusakan-kerusakan, baik disengaja ataupun tidak sengaja. Kerusakan hutan (deforestasi) masih tetap menjadi ancaman di Indonesia, kerusakan hutan memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan alam di Indonesia.

Salah satu contoh kerusakan hutan yang terjadi di Indonesia adalah kebakaran hutan. Kebakaran hutan dibedakan dengan kebakaran lahan, kebakaran hutan yaitu kebakaran yang terjadi di dalam kawasan hutan, sedangkan kebakaran lahan adalah kebakaran yang terjadi di luar kawasan hutan. Kebakaran hutan dan lahan bisa terjadi baik disengaja maupun tanpa sengaja. "Dengan kata lain terjadinya kebakaran hutan dan lahan diakibatkan oleh faktor kesengajaan manusia, faktor

kebakaran hutan dan lahan karena kesengajaan ini merupakan faktor utama dan 90% kebakaran hutan dan lahan yang terjadi saat ini banyak disebabkan karena faktor ini" [2].

Kebakaran merupakan salah satu bentuk gangguan terhadap sumber daya hutan yang akhir-akhir ini makin sering terjadi. Kebakaran hutan menimbulkan kerugian yang sangat besar dan dampaknya sangat luas, beberapa contoh dampak yang dapat menimbulkan kerugian seperti musnahnya flora dan fauna sehingga terancam punah, berkurangnya bahan baku Industri Perkayuan, rusaknya lingkungan hidup, dan salah satu dampak yang paling buruk adalah polusi udara yang berkepanjangan (kabut asap), kabut asap ini dapat mengakibatkan mengganggu perekonomian, sarana pendidikan, sarana transportasi dan, meningkatnya penderita penyakit Infeksi Saluran Pernafasan Atas (ISPA) dan Penyakit kanker paru-paru yang dapat menyebabkan kematian bagi penderita.

Pada tahun 2015 terjadi kebakaran hutan di beberapa titik kawasan hutan di Sumatera Selatan. Total keseluruhan kawasan titik kebakaran hutan di Sumatera Selatan yaitu 736.539 ha (Dinas Kehutanan Sumsel, 2016) yang terdapat di beberapa di kabupaten Sumatera Selatan seperti Banyuasin, Empat Lawang, Lahat, Muara Enim, Musi Banyuasin, Musi Rawas, Ogan Ilir, Ogan Komering Ilir, Ogan Komering Ulu, Pali dan Palembang. Kebakaran Hutan di beberapa kawasan hutan tersebut menyebabkan terjadinya kabut asap tebal yang melanda diseluruh Sumatera Selatan dan beberapa Provinsi lain.

Akibat kabut asap tebal yang berdampak besar sehingga mempengaruhi terhambatnya aktifitas-aktifitas di kota Palembang, untuk itu pemerintah melakukan upaya-upaya pencegahan kebakaran hutan agar dapat menghentikan terjadinya kabut asap tebal di kota Palembang. "Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam pencegahan kebakaran hutan meliputi membuat peta kerawanan kebakaran, memantau gejala rawan kebakaran, penyiapan regu pemadam, membangun menara pengawas, membuat jalur sekat bakar,

penyuluhan, dan membentuk organisasi pemadam kebakaran hutan dan lahan” [3].

Setelah melihat kasus di atas, pihak pemerintah melakukan tindakan untuk mencegah kebakaran hutan dengan berupaya mengadakan penyuluhan dan kampanye, upaya ini bertujuan untuk mengajak atau memberikan kesadaran kepada masyarakat umum khususnya oknum-oknum pembakar lahan bebas. Selain mengadakan kampanye, pihak pemerintah juga membuka akses data kehutanan kepada publik, tujuannya agar semua pihak bisa mengawasi hutan dan melihat langsung kebakaran hutan yang disebabkan perusahaan tertentu. Ternyata upaya-upaya pemerintah masih kurang dalam menangani kasus kebakaran hutan, karena masih saja terjadi kebakaran hutan dimana-mana yang dapat mengakibatkan dampak buruk bagi lingkungan dan masyarakat khususnya di kota Palembang Sumatera Selatan. Upaya mengadakan penyuluhan dan kampanye ternyata tidak cukup untuk membuka kesadaran masyarakat dalam mencegah kebakaran hutan di Sumatera Selatan, untuk itu penulis membuat Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan di Palembang Sumatera Selatan.

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah iklan yang menyajikan pesan- pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) ini bersifat sosial yang lebih menekankan kepentingan umum yang berupaya menanamkan kesadaran (*awareness*) kepada masyarakat tentang isu sosial yang dianggap penting.

Iklan Layanan Masyarakat (*public service announcement*) biasanya dimuat atas permintaan pemerintah atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk menggalang solidaritas masyarakat atas suatu masalah. Misalnya masalah ketertiban, lalu lintas, program pemerintah dan lain-lain [4]. Iklan Layanan Masyarakat ini merupakan salah satu upaya untuk mengajak pemerintah dan masyarakat Sumatera Selatan untuk menghimbau agar mereka mengerti, menyadari, turut mengikuti, serta lebih memperhatikan lingkungan khususnya dalam kasus kebakaran hutan yang berdampak buruk bagi masyarakat kota Palembang.

Pemilihan tema perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan untuk menginformasikan kepada pemerintah dan masyarakat. Diharapkan dengan perancangan iklan ini pemerintah lebih peduli atas dampak dari kebakaran hutan agar lebih siap dan siaga saat mengatasi masalah kebakaran hutan serta lebih tegas menegakkan penerapan sanksi hukum pada pelaku pelanggaran dibidang lingkungan khususnya yang memicu atau penyebab langsung terjadinya kebakaran.

Perancangan iklan ini sekaligus menghimbau masyarakat untuk mengurangi kecerobohan dan pembakaran lahan yang dilakukan dengan sengaja, serta mengajak masyarakat untuk melindungi dan melestarikan lingkungan hutan. Media yang akan dipilih

oleh penulis yaitu berupa video, karena video memiliki jangkauan yang luas dan audiens dapat melihat visualisasi yang realis. Perancangan ini juga akan menggunakan media-media penunjang lainnya. Diharapkan masyarakat yang melihat dapat mengerti dan memahami isi informasi yang disampaikan dari Iklan Layanan Masyarakat ini.

2. Pembahasan

Pada pengolahan data Tugas Akhir ini, metode yang digunakan dalam tahap proses pengumpulan data ini berupa primer dan sekunder, berikut adalah data yang sudah penulis dapatkan yaitu data primer, Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari sumbernya, tahapan yang dilakukan oleh penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan adalah melakukan wawancara pada narasumber dan observasi literatur berupa data yang diperoleh dari Wahana Lingkungan Hidup Indonesia, Lembaga Swadaya Masyarakat Bakau Sumatera Selatan dan Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Pada proses tersebut, penulis mendapatkan data-data seperti luas hutan Sumatera Selatan

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran hutan di Palembang Sumatera Selatan ini, mengidentifikasi data melalui proses observasi yang didapat dari sebuah literatur berupa data yang diberikan oleh pihak Lembaga Kementrian Lingkungan Hidup Kehutanan dan Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) kota Palembang. Dari hasil data yang diperoleh luas hutan Sumatera Selatan berkisar 3.483 (ribu ha) yang terdiri dari hutan lindung (583 ribu ha), Suaka Alam dan Pelestarian Alam 7 (800 ribu ha), hutan produksi terbatas (214 ribu ha), hutan produksi tetap (1.711 ribu ha), dan hutan produksi yang didapat dikonversi (172 ribu ha) [5].

Selain data luas hutan Sumatera Selatan, penulis juga mendapatkan data berupa titik-titik kebakaran di kawasan hutan Sumatera Selatan, data ini juga diperoleh dari pihak Dinas Kehutanan dan Kementrian Lingkungan Hidup Kehutanan. Berikut adalah titik-titik lokasi kebakaran di Sumatera Selatan tahun 2015 :

Tabel 1. Tabel Luas kebakaran hutan di setiap Provinsi Sumatera Selatan 2015

Kabupaten / Kota	Pola Ruang	Luasan (Ha)
Banyuasin	Hutan Lindung	2.970
	Hutan Produksi Konversi	9.069
	Hutan Produksi Tetap	7.249
	Hutan Suaka Alam	74.438
	Kawasan Tanjung Api-api	255
	Perairan	39
	Perkebunan	37.324
	Permukiman	328
	Pertanian	9.428
Total		141.100
Empat Lawang	Hutan Lindung	363
	Hutan Suaka Alam	538

	Perkebunan	13
	Total	914
Lahat	Perkebunan	2.789
	Total	2.789
Muara Enim	Hutan Produksi Konversi	10.863
	Hutan Produksi Tetap	6.015
	Perkebunan	13.247
	Pertanian	167
	Total	30.292
Musi Banyuasin	Hutan Lindung	226
	Hutan Produksi Konversi	8.191
	Hutan Produksi Terbatas	395
	Hutan Produksi Tetap	79.035
	Hutan Suaka Alam	4.093
	Perairan	71
	Perkebunan	13.253
	Pemukiman	61
Pertanian	2.961	
	Total	108.286
Musi Rawas	Hutan Produksi Konversi	149
	Hutan Produksi Tetap	2.102
	Perairan	79
	Perkebunan	35.103
	Pemukiman	3
Pertanian	230	
	Total	37.666
Musi Rawas Utara	Hutan Produksi Konversi	160
	Hutan Produksi Tetap	4.335
	Perkebunan	2.683
	Pemukiman	181
Pertanian	7.141	
	Total	14.501
Ogan Ilir	Hutan Produksi Konversi	205
	Perkebunan	8.133
	Pemukiman	1.244
	Pertanian	2.714
	Total	12.297
Ogan Komering Ilir	Hutan Lindung	19.392
	Hutan Produksi Konversi	18.267
	Hutan Produksi Terbatas	2.839
	Hutan Produksi Tetap	194.438
	Hutan Suaka Alam	11.702
	Perairan	717
	Perikanan	3.740
	Perkebunan	114.768
	Pemukiman	1.005
Pertanian	10.463	
	Total	377.331
Ogan Komering Ulu	Hutan Produksi Tetap	358
	Perairan	2
	Perkebunan	729
	Total	1.088
Oku Timur	Perkebunan	3.811
	Pertanian	180
	Total	3.991
Palembang	Perkebunan	3

	Permukiman	377
	Total	380
Pali	Hutan Produksi Tetap	1.021
	Perkebunan	4.072
	Pemukiman	1
	Pertanian	810
	Total	5.904

Sumber : Dinas Kehutanan Provinsi Sumatera Selatan, 2016

Selain itu ada juga data yang diperoleh melalui data Sekunder, dari data yang dikumpulkan melalui observasi, proses observasi juga dilakukan dalam mengidentifikasi data ini, observasi yang dilakukan berupa memantau dan mengecek langsung ke lokasi titik-titik rawan kebakaran hutan di Palembang yang berlokasi di daerah Jakabaring. Lokasi itu merupakan lokasi yang rawan kebakaran hutan, lokasi tersebut berupa lahan perkebunan milik warga. Menurut data yang diperoleh dari narasumber Lembaga Swadaya Masyarakat Bakau Sumatera Selatan, faktor seringnya terjadi kebakaran di lokasi ini disebabkan oleh kesengajaan pihak pemilik kebun membakar lahan perkebunan tersebut.

Penulis juga mendapatkan data yang diperoleh melalui proses wawancara kepada narasumber, yaitu data-data dampak dari kebakaran hutan yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan yang berasal dari kabut asap kebakaran, emisi gas rumah kaca, sosial ekonomi, topografi berubah, terjadi genangan / banjir, krisis air tawar dan hancurnya perekonomian.

Selain itu untuk memperkuat data penulis menggunakan prinsip 5W 1H, yaitu tinjauan tentang *What* (apa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Who* (siapa), *Why* (kenapa) dan *How* (bagaimana). Dalam penerapan ini, penulis dapat menggunakan metode 5W 1H ini untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis permasalahan terjadi sehingga penulis dapat mengambil solusi yang tepat untuk mengatasinya. Agar memperkuat analisis data penulis juga akan menggunakan strategi komunikasi berupa metode AISAS yaitu tinjauan tentang Target, Ketertarikan, Mencari Informasi, Tindakan dan Memberikan Informasi. Dalam buku *The Dentsu Way*, menyatakan bahwa adanya proliferasi yang disebut "kontak aktif dengan informasi", yaitu setelah konsumen melihat sebuah produk, jasa atau iklan, konsumen akan secara sukarela menggali lebih dalam, dan berbagi informasi menarik dengan orang lain dari apa yang diperolehnya [6].

Setelah menganalisis data, penulis mendapatkan informasi permasalahan yang terjadi, untuk itu penulis akan merancang sebuah Iklan Layanan Masyarakat yang divisualisasikan kedalam media berupa media iklan televisi dan media iklan cetak. Media merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak[7]. Media juga merupakan semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media

massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal.

Pada tahap ini penulis akan merancang media-media yang akan dibuat pada perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan. Media yang akan digunakan terdiri dari 2 lini yaitu media lini atas sebagai media utama yang akan disajikan kepada masyarakat dengan lingkungan yang lebih luas melalui media televisi. Sedangkan media lini bawah merupakan media pendukung yang akan disampaikan kepada masyarakat dengan menyesuaikan target audiens, lokasi dan program media. Tahap ini juga membahas tentang perencanaan media yang akan dibuat sebelum di produksi media cetak mulai dari konsep, pemilihan media, target *audiens*, panduan media, program media dan rincian biaya tahap produksi.

Tujuan media-media akan dipilih berupa media yang mudah dipasang dan banyak dijumpai oleh audiens, sehingga pesan yang dibuat akan mudah tersampaikan oleh masyarakat. Untuk strategi media adalah siasat atau langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi. Strategi media yang ditetapkan meliputi segmentasi media, panduan media, dan program media. Pada perancangan media Iklan Layanan Masyarakat ini menargetkan sasaran kepada masyarakat umum, namun lebih menekankan pada pemerintah dan masyarakat khususnya oknum-oknum pembakaran lahan. Mengenal hal ini strategi media yang digunakan merupakan media-media yang sangat dekat dengan kalangan masyarakat. Adapun media yang digunakan menggunakan ilustrasi yang terkesan sederhana dan mudah dimengerti, namun memiliki makna dalam penyampaian pesan, yaitu melalui kalimat ajakan yang menghadirkan sebuah bentuk himbauan dan peringatan kepada masyarakat dan pemerintah.

Pada target *audiens* perancangan media Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan ini, lebih tertuju kepada pemerintah dan masyarakat Palembang, target ini akan dilihat berdasarkan aspek-aspek seperti aspek geografis, aspek demografis, aspek psikologis dan aspek behavioristik

Selain tujuan dan strategi media pada perancangan media Iklan Layanan Masyarakat juga dilakukan pemilihan media yang sesuai dengan tujuan dan strategi media. Pada prinsipnya, jenis media dalam bentuk visual berupa media cetak dan media elektronik, media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses pencetakan, sedangkan media elektronik adalah media yang proses kerja dan komunikasinya berdasarkan pada prinsip elektronik. Adapun pemilihan media yang akan digunakan dalam Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan yaitu pada media utama adalah Iklan Televisi, sedangkan media pendukung berupa Poster, Spanduk, *Billboard*, *T-Shirt* sticker dan lain-lain.

Adapun tujuan kreatif yaitu dengan menggunakan konsep yang sederhana serta mengeksplorasi kembali beberapa objek visual yang akan ditampilkan melalui perancangan media ini melalui televisi. Selain itu dengan pengolahan visualisasi dari hasil data yang dipelajari

diharapkan dapat memberikan ungkapan pemahaman yang mudah diterima banyak kalangan bagi masyarakat, agar masyarakat dan pemerintah lebih peduli atas dampak dari kebakaran hutan.

Selain itu dapat memberi pemahaman terhadap masyarakat akan manfaat serta keuntungan dalam mencegah kebakaran hutan. Melalui Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan masyarakat dapat merespon dengan baik, agar tumbuh kesadaran untuk saling menjaga dan mencegah kebakaran hutan.

Setelah menentukan konsep media dan tujuan kreatif pada perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini, akan dilakukan strategi kreatif untuk memperkuat tujuan dari Iklan Layanan Masyarakat itu sendiri. Strategi kreatif berupa isi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat dan pemerintah adalah berupa upaya untuk mengajak masyarakat dan pemerintah agar mereka mengerti, menyadari, dan peduli atas dampak dari kebakaran hutan, dimana pesan yang disampaikan melalui narasi. Selain itu adalah bentuk pesan, bentuk pesan akan disajikan adalah berupa pesan suara dan ilustrasi gambar bergerak, sedangkan media cetak sebagai pendukung, bentuk pesan yang disajikan adalah berupa ilustrasi dan teks. Sedangkan strategi visual yaitu memadukan strategi visual semiotika yang terdiri dari Ikon, Indeks dan Simbol.

Dalam perancangan media Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan ini, dapat menentukan program kreatif yang bertujuan agar tercapainya komunikasi atau pesan dengan audien. Pada media utama yakni iklan televisi akan dilakukan penayangan menggunakan teknik video *Stop Motion*, *Stop Motion* adalah suatu teknik animasi untuk membuat objek yang dimanipulasi secara fisik terlihat bergerak sendiri. Setiap pergerakan dari objek tersebut difoto (*frame individual*), sehingga menciptakan ilusi gerakan ketika serangkaian frame dimainkan berurutan secara berkesinambungan. Dengan menggunakan teknik tersebut akan menampilkan objek visual yang dimulai dari menggambar ilustrasi kejadian kebakaran hutan, penyebab kebakaran hutan, dampak dari kebakaran hutan dan upaya-upaya penanggulangan kebakaran hutan. Selain media televisi, media yang digunakan adalah media cetak sebagai media pendukung.

Secara umum permasalahan yang sekarang ini, dimana pada saat musim kemarau, dan kecorobohan atau kelalaian masyarakat baik sengaja ataupun tidak, yang mengakibatkan kebakaran hutan di Sumatera Selatan bahkan di sebagian di wilayah Indonesia. Dari permasalahan diatas timbul gagasan atau ide untuk perancangan visualisasi Iklan Layanan Masyarakat ini dengan berupa visualisasi tentang penyebab dan dampak dari kebakaran hutan. Permasalahan tersebut akan divisualisasikan berupa objek-objek utama yang diambil dari tema pokok permasalahan seperti pohon, api dan korek api.

Menurut data yang penulis temukan melalui wawancara dan observasi di lapangan, sebagian besar penyebab kebakaran hutan disebabkan oleh faktor kesengajaan oleh oknum pembakar lahan dan kebakaran

hutan juga dapat mengakibatkan dampak buruk baik dari lingkungan hidup dan lingkungan masyarakat. Maka dari itu penulis mengambil objek-objek visual seperti pohon, api dan korek api.

Setelah menentukan tema pokok perancangan, ditentukan juga pendukung tema perancangan, yaitu berupa objek-objek pendukung yang diambil dari tema perancangan yaitu kuburan, kabut asap dan objek organ paru-paru manusia.

Untuk pendukung bentuk kreatif pada perancangan media Iklan Layanan Masyarakat melalui televisi terbagi atas 3 klasifikasi yaitu Pemilihan Bentuk Pesan Verbal, Pemilihan Bentuk Pesan Visual dan Penyajian. Pesan verbal adalah bentuk pesan atau komunikasi yang dilakukan melalui ucapan atau tertulis. Pada perancangan media ini akan menggunakan ilustrasi yang menyampaikan visualisasi dan menggunakan kalimat penegas berupa bahasa lisan yaitu pesan atau kata-kata yang diucapkan langsung. Bahasa lisan pada media ini akan digunakan pada media utama yaitu iklan televisi. Selain itu, pesan verbal menggunakan media tertulis yakni kata-kata dalam pesan yang disampaikan melalui tulisan, media tertulis ini digunakan pada media pendukung.

Adapun pesan verbal tersebut yaitu *Headline*, *Headline* merupakan judul dari suatu topik yang akan dibahas atau disampaikan. Pemilihan *headline* yang tepat untuk Iklan Layanan Masyarakat ini adalah "Stop Pembakaran Hutan". Dikarenakan *headline* tersebut sesuai dengan konsep perancangan Iklan Layanan Masyarakat yang mengajak pemerintah dan masyarakat agar mencegah dan menghentikan pembakaran hutan secara sengaja. Untuk *Subheadline* atau kalimat mempertegas *Headline* yaitu menggunakan kalimat "Jaga dan Lestari Hutan Kita". Kalimat ini dirasa tepat guna mempertegas *headline* dan memberikan penjelasan dari konsep yang diangkat dari Iklan Layanan Masyarakat ini. Selain itu pesan verbal ini menggunakan Slogan / *Tagline*, Slogan / *Tagline* adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik dan mudah diingat untuk memberitahukan atau menyampaikan sesuatu. Slogan ini bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi dan mempengaruhi pandangan serta pendapat orang terhadap informasi tersebut. Adapun pemilihan yang akan dijadikan *tagline* dalam Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan di Palembang Sumatera Selatan adalah "Ayo Cegah Kebakaran Hutan". Selain itu pesan untuk penjelasan lebih lanjut yang akan dijabarkan lebih rinci akan menggunakan *Bodycopy*. *Body copy* yang digunakan iklan ini adalah penjelasan dari dampak dan upaya-upaya pencegahan kebakaran hutan serta memberikan informasi tentang luas kawasan titik kebakaran hutan di Sumatera Selatan.

Pada pesan visual yaitu bentuk visual berupa gambar bergerak, benda atau objek yang sesungguhnya, dalam hal ini adalah visual potongan gambar pohon, api, korek api dan ranting pohon, tangan manusia dan kertas putih yang akan diolah melalui video dengan menggunakan teknik *Stop Motion* dan akan diedit menggunakan *opening animasi title* yang diterapkan

pada media iklan televisi, selain itu bentuk visual ilustrasi berupa desain *vector* dan gambar adalah visual yang diterapkan pada media cetak yang berperan sebagai media pendukung. Adapun objek yang digunakan adalah pohon, api, korek api dan ranting pohon yang terbakar.

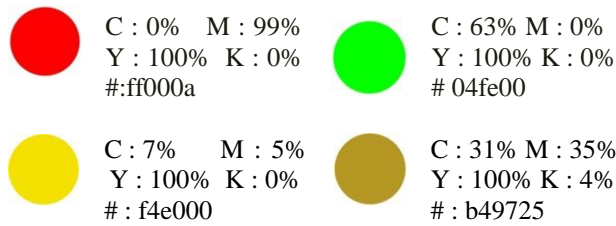
Iklan ini akan ditayangkan di stasiun televisi lokal, namun tidak menutupi kemungkinan untuk ditayangkan pada televisi skala nasional mengingat tema iklan yang diangkat adalah tema yang non komersil. Adapun stasiun televisi lokal dalam menyiarkan ini adalah Sriwijaya TV dan Pal TV dengan penyajian iklan 6 kali tayang pada hari biasa dan 10 kali tayang pada hari minggu. Selain iklan televisi, media pendukung mempunyai peran dalam menyampaikan pesan yang lebih luas kepada masyarakat melalui sosialisasi yang dilakukan mulai dari daerah perkantoran, kampus, sekolah, pusat perbelanjaan hingga ditempat umum dengan cara menempel poster, *sticker*, memasang spanduk, membagikan brosur dan *t-shirt* dan *mug* sebagai *merchandise*.

Sedangkan dalam penyajian konsep iklan lebih memaparkan permasalahan - permasalahan dengan gaya bahasa ajakan dan mengingatkan mengenai peduli dampak dari kabut asap kebakaran hutan. Pesan yang disampaikan melalui narasi iklan adalah kekuatan dari iklan tersebut, selain itu pada adegan iklan menampilkan potongan demi potongan iklan berupa ilustrasi gambar yang menggunakan teknik *Stop Motion*. Sedangkan untuk media pendukung akan menyesuaikan konsep visual pada media utama yaitu teks yang terdiri dari *headline* dan *subheadline* serta ilustrasi sebagai pendukung pesan yang akan disampaikan.

Untuk Gaya desain / visualisasi pada perancangan iklan televisi Mencegah Kebakaran Hutan sebagai media utama yaitu akan menggunakan tampilan gambar kartun vektor yang akan diolah melalui digital, selain itu gaya tampilan desain akan menggunakan metode *axial layout* dimana *axial* merupakan jenis tampilan desain yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung disekeliling gambar utama.

Setelah konsep media sampai dengan strategi kreatif, lalu dilakukan penulisan naskah dan penulisan visual sebagai acuan dalam perancangan media Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan agar konsep pada tiap media tetap terjaga. Khususnya untuk media iklan ini akan dilakukan tahap penulisan naskah yaitu pada media utama berupa Detail Visualisasi Karya, Sinopsis, Narasi, dan *Shooting List*, sedangkan media pendukung berupa jenis media, naskah, ukuran dan bahan.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis terhadap warna, pemilihan warna diidentikan dengan warna-warna cerah, seperti merah, hijau, kuning, dan coklat, pemilihan warna tersebut akan disesuaikan dengan konsep perancangan ini. Berikut ini adalah beberapa warna yang nantinya akan dipergunakan untuk perancangan iklan ini :



Gambar 1. Warna Pilihan

Pemilihan warna ini berdasarkan dari makna warna itu sendiri dan respon psikologis yang mampu ditimbulkan seperti warna merah merupakan simbol dari bahaya, dan dapat mewakili dari simbol api dan panas, warna hijau merupakan simbol alami dan mewakili dari simbol pohon dan menunjukkan bahwa hijau itu adalah bumi, tanaman, dan merupakan arti dari kesuburan. Warna kuning merujuk pada optimis, harapan dan kecurangan. Sedangkan untuk warna coklat merupakan bumi, kedamaian dan kerja keras[8].

Dalam metode visualisasi desain ini memiliki beberapa tahap praproduksi yaitu dengan mempersiapkan materi-materi desain yang akan dilakukan penggarapan untuk setiap media yang meliputi pemilihan konsep dan perencanaan rancangan yaitu *idea layout*, *rough layout*, *comprehensive layout*, dan *final desain*. Pada *Idea Layout* terdapat beberapa tahap yang dilalui yaitu tahap konsep dan tahap tata letak. Untuk tahap konsep yaitu gagasan atau ide untuk *layout* perancangan visualisasi Iklan Layanan Masyarakat ini dengan berupa visualisasi tentang kebakaran hutan. Permasalahan tersebut akan divisualisasikan berupa objek-objek utama yang diambil dari tema pokok permasalahan seperti pohon, api dan korek api yang berhubungan dengan kebakaran hutan.

Sedangkan tahap tata letak Gaya pada *layout* akan menggunakan jenis *axial layout* yaitu bentuk penyajian iklan yang memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung disekeliling gambar utama. Penerapan gaya *axial* ini hanya digunakan pada media cetak sebagai media pendukung. Penggunaan gaya akan di kemas lebih sederhana, namun tetap mengutamakan ciri khas dari gaya *axial layout*. Alasan menggunakan jenis *axial* ini adalah dimana ciri khas utama dari jenis gaya ini yaitu memiliki tampilan visual yang kuat di tengah halaman dengan tampilan element pendukung disekeliling gambar utama. Pemilihan gaya ini bertujuan ingin menjelaskan agar pemerintah dan masyarakat segera mencegah kebakaran di Palembang Sumatera Selatan.

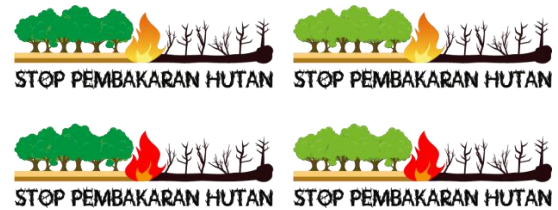
Setelah menentukan jenis tata letak yang digunakan dan menentukan teknik pembuatan serta gaya tampilan desain, selanjutnya dilakukan proses *rough layout* atau sketsa kasar dengan membuat konsep *layout* dan gaya tampilan desain yang telah ditentukan. Pada tahap ini akan dilakukan proses sketsa kasar yang akan mempermudah pembuatan media-media baik itu media pendukung maupun media utama. Dibawah ini

merupakan sketsa kasar *headline* yang akan digunakan disetiap media utama dan media pendukung.



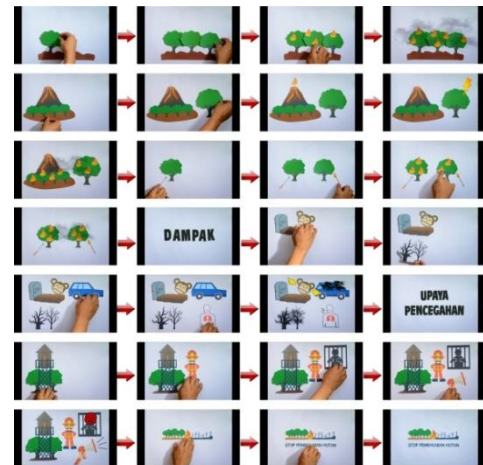
Gambar 2. Sketsa Kasar Headline

Setelah melakukan proses *rough layout* atau sketsa kasar pada media pendukung dan media utama, selanjutnya untuk media pendukung akan dipilih salah satu diantara beberapa sketsa yang telah dibuat dan akan dilakukan tahap proses pengolahan digital dengan melakukan visualisasi desain yang lebih jelas seperti pemilihan warna dan memperjelas ilustrasi.



Gambar 3. Pemilihan warna desain

Setelah perancangan dan pengembangan ide lebih lanjut lalu menentukan pemilihan warna selanjutnya dilakukan pengolahan akhir atau final desain yaitu sebagai berikut :



Gambar 4. Screen Shoot Iklan Televisi



Gambar 5. Gambar Desain Poster



Gambar 6. Gambar Desain Brosur



Gambar 7. Gambar Desain T-Shirt



Gambar 8. Gambar Desain Sticker



Gambar 9. Gambar Desain Mug



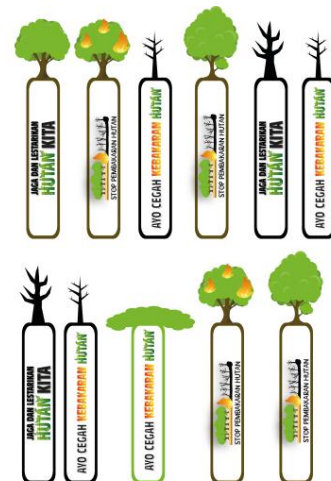
Gambar 10. Gambar Desain Totebag



Gambar 11. Gambar Desain Spanduk



Gambar 12. Gambar Desain Billboard



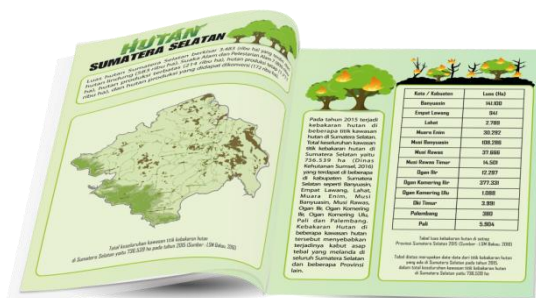
Gambar 13. Gambar Desain Pembatas Buku



Gambar 14. Gambar Desain Tatakan Gelas



Gambar 15. Gambar Desain Hanging Banner



Gambar 16. Gambar Desain Katalog

3. Kesimpulan

Hutan merupakan sumber daya alam yang tidak ternilai karena di dalamnya terkandung keanekaragaman hayati sebagai sumber hasil hutan kayu dan non-kayu, pengatur tata air, pencegah banjir dan erosi serta kesuburan tanah, perlindungan alam hayati untuk kepentingan ilmu pengetahuan, kebudayaan, rekreasi,

pariwisata dan sebagainya. Salah satu sumber daya alam yang terluas di dunia adalah hutan Indonesia, sumber daya alam ini memiliki beberapa manfaat seperti penghasil oksigen dan menjaga persediaan oksigen. Selain itu hutan menjadi salah satu sumber cadangan air, mencegah terjadinya banjir, mencegah erosi dan tanah longsor, dan sebagai sumber bahan baku aneka produk kebutuhan manusia. Sebagian besar hutan di Indonesia dilindungi oleh pihak pemerintah karena sering terjadinya kerusakan-kerusakan, baik disengaja ataupun tidak sengaja. Kerusakan hutan (deforestasi) masih tetap menjadi ancaman di Indonesia, kerusakan hutan memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan alam di Indonesia.

Salah satu contoh kerusakan hutan yang terjadi di Indonesia adalah kebakaran hutan. Kebakaran merupakan salah satu bentuk gangguan terhadap sumber daya hutan yang dapat menimbulkan kerugian yang sangat besar dan dampaknya sangat luas, seperti musnahnya flora dan fauna sehingga terancam punah, berkurangnya bahan baku Industri Perakayuan, rusaknya lingkungan hidup, dan salah satu dampak yang paling buruk adalah polusi udara yang berkepanjangan (kabut asap), kabut asap ini dapat mengakibatkan mengganggu perekonomian, sarana pendidikan, sarana transportasi dan, meningkatnya penderita penyakit Infeksi Saluran Pernafasan Atas (ISPA) dan Penyakit kanker paru-paru yang dapat menyebabkan kematian bagi penderita.

Setelah melihat kasus di atas, pihak pemerintah masih kurang dalam menangani kasus kebakaran hutan, upaya mengadakan penyuluhan dan kampanye ternyata tidak cukup untuk membuka kesadaran masyarakat dalam mencegah kebakaran hutan di Sumatera Selatan khususnya di Palembang, untuk itu penulis membuat Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mencegah Kebakaran Hutan di Palembang Sumatera Selatan.

Adapun saran yang akan disampaikan kepada pemerintah dan masyarakat kota Palembang, khususnya kepada pemerintah lebih peduli atas dampak dari kebakaran hutan agar lebih siap dan siaga saat mengatasi masalah kebakaran hutan serta lebih tegas menegakkan penerapan sanksi hukum pada pelaku pelanggaran dibidang lingkungan khususnya yang memicu atau penyebab langsung terjadinya kebakaran. Selain itu untuk masyarakat juga ikut serta peduli serta mengurangi kecerobohan dan pembakaran lahan yang dilakukan dengan sengaja, serta mengajak masyarakat untuk melindungi dan melestarikan lingkungan hutan.

Daftar Pustaka

- [1] Pongtuluran, Yonathan. 2015, *Manajemen Sumber Daya Alam dan Lingkungan*, Andi, Yogyakarta.
- [2] Purbawaseso, Bambang M.S.2004, *Pengendalian Kebakaran Hutan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- [3] Purbawaseso, Bambang M.S. 2004, *Pengendalian Kebakaran Hutan*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- [4] Kasali, Rhenald.1992, *Manajemen periklanan : konsep dan aplikasinya di Indonesia*, Grafiti Medika Pers, Jakarta.

- [5] Badan Pusat Statistik, diwawancara pada 23 April 2016 Pukul 14.00 WIB
- [6] Sugiyama, Kotaro & Tim. Andre. 2011, *The Dentsu Way*, McGraw-Hill, New York.
- [7] Nova, Firsan.2009, *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*, Grasindo, Jakarta.
- [8] Kusrianto, Adi.2009, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Andi, Yogyakarta.