

# EDUKASI PERILAKU PREVENTIF MASYARAKAT MELALUI VIDEO IKLAN “PANGGILAN 110 PELAYANAN PUBLIK TERPADU” DI KOTA BATAM

Azhari Muda Tanjung<sup>(1)</sup>, Evaliata Br. Sembiring<sup>(2)</sup>

Teknik Multimedia dan Jaringan, Politeknik Negeri Batam

Batam Centre, Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, 29461, Indonesia

Email: (1) azharimuda98@gmail.com, (2) eva@polibatam.ac.id

## Abstrak

*One form of service provided by the Riau Islands Regional Police during the Covid-19 pandemic is an emergency call service through the call for 110 integrated public services. To counter the public perception that dealing with the police is tedious and complicated, it is necessary to have media to facilitate the public in reporting disruptions to law and order. One of the media that can be used is video to educate, socialize or inform its services. The research begins with making public service advertisements about 110 in the form of video. Analysis of the effect of the resulting video on people's behavior was then carried out. The research method used was Research and Development, namely making videos, applying the stages of making multimedia products to Luther Sutopo, and analyzing the effect of video on people's behavior on reporting through 110. After the video has been made and has gone through the testing process, it is then analyzed based on the results of observations by reviewers in alpha testing and beta testing using T-test. The result of the research is a video advertisement for public services about the integrated public services 110 that was produced in the form of dialogue (dramatic) with a duration of 4 minutes and 18 seconds in Mp4 format. The results of the analysis concluded that there was a positive influence on the behavior of the people of Batam, especially in the behavior of preventive actions when a crime occurred.*

**Keywords:** *video, advertisement, 110, community service, Polda, Luther Sutopo.*

## 1. PENDAHULUAN

Salah satu amanat Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 adalah Pelayanan Publik maka Polda Kepri sebagai pelaksana tugas Kepolisian Republik Indonesia di wilayah Provinsi Kepulauan Riau berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, 2009). Salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh Polda Kepri adalah layanan panggilan darurat melalui panggilan 110 pelayanan publik terpadu. Dalam rangka memutuskan anggapan masyarakat bahwa berurusan dengan Polisi membutuhkan waktu lama dan berbelit-belit, perlu sebuah media untuk memudahkan masyarakat dalam membuat laporan polisi maupun laporan gangguan Kamtibmas yang sifatnya darurat. Adapun aturan yang mendasari pelaksanaannya adalah Perkap Nomor 1 Tahun 2018 tentang Layanan Polisi 110. Melalui langkah baru dari Kepolisian, diharapkan layanan ini dapat menjadi layanan yang mudah, hemat, dan efisien. Akan tetapi, kenyataannya, masyarakat banyak yang masih tidak mengetahui dan tidak *update* terhadap layanan tersebut. Selama ini, bentuk pengenalan layanan polisi 110 hanya dilakukan pada acara-acara tertentu yang

sifatnya hanya satu kali saja, seperti pada saat acara Kepolisian dan pemerintahan, dan ditambah dengan menempelkan stiker pada mobil dinas Polri maupun mobil masyarakat sipil. Namun, telepon tersebut jarang sekali digunakan oleh masyarakat, dan masih banyak telepon iseng dan tak terjawab. Hal ini akibat data pengaduan yang diminta tidak sesuai atau tidak *valid*.

Perkembangan teknologi berjalan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, penatalaksana pemerintahan. Layanan di Polda Kepri memanfaatkan video untuk mengedukasi, mensosialisasikan atau menginformasikan layanan-layanannya sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu video yang dimaksud berupa video layanan iklan masyarakat yang bertujuan menyampaikan pesan sosial atau ajakan kepada masyarakat sehingga dapat berdampak pada kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang terjadi (Abdi, 2021). Iklan layanan masyarakat dalam bentuk video sudah banyak dimanfaatkan, seperti video iklan layanan masyarakat *self-harassment* dengan teknik *motion graphic* sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam rangka mengurangi tindakan *self-harassment* dan membantu korban-korban untuk *speak up* dan lapor ke Komnas Perempuan (Kusuma, 2019). Iklan layanan masyarakat sebagai bagian dari kampanye sosial dapat menjual gagasan untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat (Mukaromah et al., 2018). Oleh sebab itu, iklan yang dihasilkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat serta membantu pihak Kepolisian dalam mengedukasi dan mensosialisasikan pelayanan kepolisian secara lebih intensif terkait panggilan 110 di kota Batam.

Penelitian diawali dengan pembuatan iklan layanan masyarakat tentang panggilan 110 dalam bentuk video dan analisis pengaruh video yang dihasilkan terhadap perilaku masyarakat. Metode penelitian menggunakan *Research and Development*, yaitu pembuatan video yang menerapkan tahapan pembuatan produk multimedia pada Luther Sutopo dan analisis pengaruh video terhadap perilaku masyarakat terhadap pelaporan melalui panggilan 110. Pengembangan melalui Luther Sutopo menerapkan model pengembangan produk multimedia yang sederhana serta berurutan sehingga mudah untuk diterapkan. Selain itu, pembuatan produk terstruktur, mulai dari perencanaan, perancangan, implementasi, atau pembuatan produk sampai pada pengujian dan distribusi produk (Sembiring & Lim, 2020). Setelah selesai dibuat dan telah melalui proses pengujian, selanjutnya video dianalisis berdasarkan hasil observasi oleh *reviewer* dalam *alpha testing* dan *beta testing* menggunakan Uji-T. Pengujian menggunakan pendekatan Uji-T dapat digunakan untuk mengukur perbedaan rata-rata hasil pengujian sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) menggunakan video (Sembiring & Hastuti, 2020). Disebutkan pula bahwa Uji-T merupakan salah satu analisis pada statistik parametrik yang dapat digunakan untuk membandingkan antara rata-rata suatu sampel dengan sebuah rata-rata populasi yang telah diketahui (Perdana, 2021). Dalam hal ini, dilakukan analisis pengaruh video iklan layanan masyarakat terhadap perilaku responden sebelum dan sesudah menonton video iklan yang dihasilkan.

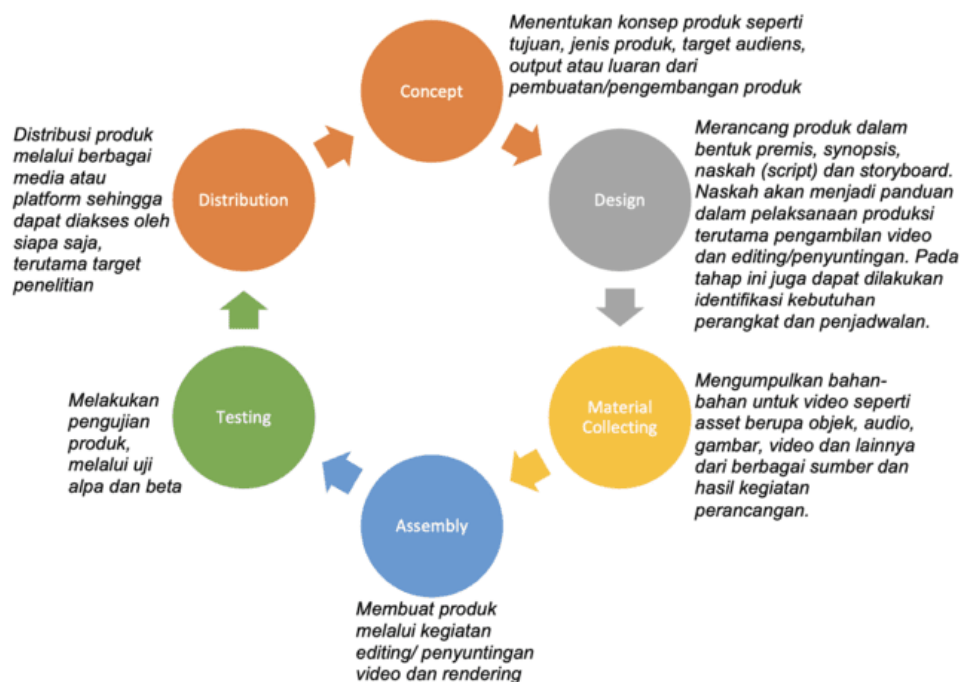
Kontribusi dari penelitian ini adalah sebuah video iklan layanan masyarakat untuk menginformasikan pelayanan publik terpadu di instansi kepolisian tentang Panggilan 110 Pelayanan Publik Terpadu kepada masyarakat. Selain itu, video ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat, khususnya di kota Batam dalam mencegah kejahatan yang dialami. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh video iklan layanan masyarakat tentang pelayanan terpadu panggilan 110 terhadap perilaku masyarakat di kota Batam.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan *Research and Development* (RnD), yaitu membuat video iklan layanan masyarakat tentang pelayanan kepolisian terkait panggilan 110 di kota Batam dan menganalisis pengaruh video tersebut terhadap perilaku responden dari kalangan masyarakat kota Batam.

### 2.1 Pembuatan Video Iklan Panggilan 110

Pembuatan video mengacu pada metode pengembangan multimedia versi Luther-Sutopo yang terdiri dari enam tahapan, yaitu *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*, seperti divisualisasikan pada Gambar 1. Tahapan pada Luther-Sutopo tidak harus dikerjakan secara berurutan. Namun, tahapan konsep merupakan hal pertama yang harus dikerjakan (Sembiring & Hastuti, 2020) dan masih dimungkinkan untuk direvisi berdasarkan hasil pengujian bahkan setelah distribusi produk.



Gambar 1 Tahapan Pembuatan Video Iklan Menggunakan Luther-Sutopo

#### 1) concept

Jenis video iklan yang dibuat adalah video iklan layanan masyarakat dengan indentifikasi audien warga masyarakat kota Batam, dengan tujuan iklan informative, yaitu memperkenalkan kepada masyarakat tentang layanan Kepolisian Panggilan 110 Pelayanan Publik Terpadu sehingga mudah diakses dalam keadaan darurat/terdesak dengan cara yang efisien. Ide dan konsep video mengacu pada UU No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yaitu negara berkewajiban melayani setiap warga negara dan penduduk untuk memenuhi hak dan kebutuhan dasarnya dalam kerangka pelayanan publik yang merupakan amanat Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Adapun aturan yang mendasari pelaksanaannya adalah Perkap Nomor 1 Tahun 2018 tentang Layanan Polisi 110. Berdasarkan Program kerja Kapolri, Transformasi Menuju Polri Yang Presisi disebutkan mengenai menjadikan SDM Polri yang unggul di era *Police 4.0*. Maka dari itu, dibuatlah video iklan yang menjadi langkah yang cepat untuk mensosialisasikannya kepada masyarakat. Oleh karena itu, konsep video

iklan yang dibuat seperti disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1 Konsep Video Iklan**

Judul	Jenis Video	Tujuan Video	Target Audiens	Output/Luaran
<i>Respond Time</i> panggilan 110 pelayanan publik terpadu Polda Kepri	Video Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk dialog (dramatik) dengan konsep <i>live action</i>	Memperkenalkan layanan Kepolisian Panggilan 110, cara kerja, dan prosedur yang dapat dilakukan ketika terjadi kejahatan ataupun ketika ingin lapor kepada pihak Kepolisian	Masyarakat kota Batam dengan kisaran umur di atas 17 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video iklan layanan masyarakat yang dapat memberikan informasi dan edukasi tentang tata cara dalam melakukan laporan kejahatan melalui layanan panggilan 110 dengan menyajikan ilustrasi terhadap sebuah kejahatan.</li> <li>• Format: MP4</li> <li>• Durasi: 4 menit 18 detik</li> </ul>

## 2) design

Tahap ini mengembangkan ide dan konsep dalam bentuk perancangan video iklan dan juga identifikasi kebutuhan perangkat yang dibutuhkan berdasarkan acuan naskah dan *storyboard*. Oleh karena itu, pada tahap ini juga direncanakan jadwal pelaksanaan pengambilan video (*shooting*) dan penentuan lokasinya. Hasil identifikasi kebutuhan perangkat adalah *hardware* dan *software*. *Hardware* berupa kamera DSLR, *external flash*, baterai *external*, memori *external*, *microphone*, *tripod*, *lighting*, dan komputer/laptop untuk proses transfer hasil pengambilan video, perangkat *editing* dan *rendering*. *Software* berupa perangkat lunak yang akan digunakan dalam kegiatan *editing* dan *rendering* video, yaitu Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect, dan Adobe Photoshop.

### a) premis

Video *live action* untuk memberikan sosialisasi informasi terkait adanya pelayanan kepolisian, panggilan 110 pelayanan publik terpadu di kota Batam.

### b) sinopsis

Pada siang hari pemuda bernama Josua mengendarai sepeda motor menuju tempat dia bekerja, tidak lama setelah dia masuk ke dalam kantor, tiba-tiba seseorang yang mencurigakan datang mendekati sepeda motor Josua yang kuncinya masih tergantung di kendaraannya. Melihat kesempatan itu, seseorang yang mencurigakan tadi langsung menyalakan motor Josua dan pergi meninggalkan lokasi tersebut. Josua yang keluar dari kantor kaget dan panik melihat kendaraannya hilang dan langsung bertanya kepada orang yang ada di sekitar tempat kejadian tersebut. Orang itu tidak melihat kalau ada orang yang mencuri kendaraan tersebut, tetapi orang itu menyarankan kepada Josua untuk segera menghubungi panggilan 110 pelayanan terpadu yang mana diperuntukkan pada saat darurat, guna mempercepat proses pencarian.

### c) naskah/script

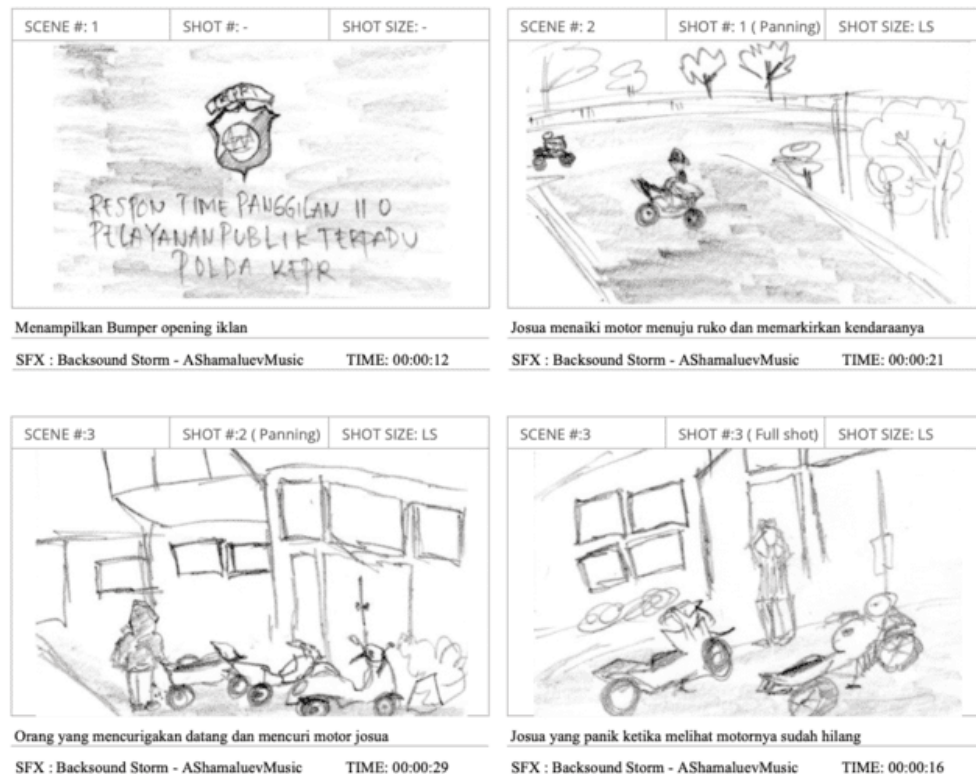
Naskah yang dibuat mengacu pada konsep dialog (*dramatik*) dengan mengembangkan sinopsis seperti disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Naskah (Script)**

NO	PEMAIN	NARASI
1	Fx (Opening)	Sfx
2	Josua (korban)	Mengendarai sepeda motor menuju kantor
3	Ary (pencuri)	Mencuri sepeda motor milik josua
4	Josua (korban)	Bingung dan bertanya kepada warga sekitar kantor
5	Josua (korban)	Permisi pak, mau nanya
6	Isak (warga)	Iya pak, ada apa?
7	Josua (korban)	Tadi saya masuk kedalam, terus saya keluar motor saya udah tidak nampak lagi pak, apakah bapak nampak tadi?
8	Isak (warga)	Bapak tadi parkir dimana?
9	Josua (korban)	Iya pak, tadi parkir disitu
10	Isak (warga)	Bisa jadi itu pencurian pak, mending bapak menghubungi respon cepat 110 pak, sebaiknya bapak langsung hubungi layanan 110 pak
11	Josua (korban)	110 pak?
12	Isak (warga)	Iya betul pak, itu pasti langsung cepat di tanggapin pak
13	Josua (korban)	Begitu ya pak, saya coba hubungi 110 ya pak
14	Ajad (petugas)	Haloo selamat siang, layanan 110 Polda Kepri dengan briptu ajad sudrajad. Mohon izin pak ada yang bisa kami bantu?
15	Josua (korban)	Saya mau melaporkan pak, ada kehilangan motor saya pak
16	Ajad (petugas)	Izin pak dengan siapa kami berbicara pak?
17	Josua (korban)	Dengan pak josua pak
18	Ajad (petugas)	Pak mohon izin berkenan membantu dimana alamat tkp kejadiannya?
19	Josua (korban)	Lokasinya di nongsa, sambau pak
20	Ajad (petugas)	Mohon izin pak bisa dibantu dengan no platnya pak?
21	Josua (korban)	No platnya bp 5853 zo pak
22	Ajad (petugas)	Baik pak akan kami tindak lanjuti pak
23	Josua (korban)	Iyaa pak, tolong dicari segera ya pak
24	Ajad (petugas)	Siap, terima kasih pak
25	Ajad (petugas)	Sentral 00 monitor?
26	Komandan	Sentral 00 diterima, silahkan masuk
27	Ajad (petugas)	Mohon izin komandan, layanan 110 Polda Kepri izin melaporkan, telah terjadi tindak pidana pencurian dengan nama pelapor josua komandan. Adapun tkp kejadiannya di kapling sambau nongsa, dengan waktu kejadian pukul 15.45 wib komandan, dengan no pol kendaraan r2 bp 5853 zo mohon izin demikian yang dapat kami laporkan mohon petunjuk komandan
28	Komandan	Baik laporan diterima terima kasih akan segera kami tindak lanjuti, terima kasih
29	Ajad (petugas)	86 komandan
30	Komandan	Batara biru Polda Kepri sentra 00
31	Unit patroli	Siap batara biru montor komandan, taruna komandan?
32	Komandan	Baik terima kasih, izin menginformasikan telah terjadi pencurian kendaraan bermotor diwilayah sambau nongsa, jenis motor r2 berwarna putih tipe matic dengan plat motor bp 5853 zo agar seluruh unit patroli memonitor untuk keberadaan kendaraan tersebut dan menindaklanjuti laporan masyarakat tkp di sambau nongsa, terima kasih.
33	Unit patroli	Siap dimonitor komandan saya beserta unit patroli akan menindak lanjutinya komandan.
34	Fx (Closing)	Sfx

#### d) storyboard

*Storyboard* merupakan sketsa kasar untuk memvisualisasikan naskah dan digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan gambar dan *editing video*. *Storyboard* berisi informasi tentang *scene*, *shot*, visual, keterangan, efek visual, dan durasi, yang menggunakan format seperti ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Potongan Storyboard Video Iklan Panggilan 110

### 3) material collecting

Pengumpulan bahan atau materi-materi untuk video dikerjakan secara paralel atau bersamaan dengan tahap *Assembly*. Proses pengumpulan bahan dilakukan pada Februari 2021. Pada tahap *design* bahan-bahan yang akan dikumpulkan meliputi video, audio dan gambar grafis. Kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

#### a) pengambilan video dan gambar

- Lokasi pengambilan video ada di dua lokasi, yaitu Command Center Polda Kepri dan Jl. Hang Jebat, Batu Besar, Kecamatan Nongsa, Kota Batam, Kepulauan Riau.
- Peralatan yang digunakan adalah *tripod* dan kamera.
- Hasil pengambilan video dalam format MP4 dan selanjutnya akan menjadi materi untuk *editing*.

#### b) pembuatan asset

- Pembuatan *asset* adalah desain sketsa kasar dari objek, ikon, *background*, karakter, serta penentuan warna yang digunakan. Beberapa *asset* yang digunakan diambil dari web portal kepolisian, seperti disajikan pada gambar 3.



Gambar 3 Logo yang digunakan pada Video  
(Sumber:(POLRI, 2022))

- Warna dominan yang digunakan pada video adalah sebagai berikut:

#000000	#FFFFFF	#EBEBB0	#B5B3B3	#C78262	#69759F	#EF0009
---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

- *Font* atau tipe tulisan yang digunakan dalam video adalah Aspira XNar Black dan Tw Cen MT Condensed Extra Bold. Font tersebut dipilih karena video ini akan digunakan pada instansi sebagai pelayanan publik sehingga membutuhkan tulisan yang tegas dan formal tetapi tidak menghilangkan nilai seni.

#### 4) **assembly**

Pada tahap ini dilakukan penggabungan seluruh materi yang dikumpulkan, yang disebut dengan *animating*, *editing* atau penyuntingan, dan *rendering*. Kegiatan dimulai dari proses implementasi efek pada beberapa video menggunakan *Adobe After Effect*. Kemudian video digabungkan dengan menggunakan *Adobe Premiere Pro* dan diakhiri dengan proses *rendering*.

##### a) **animating**

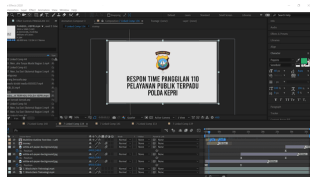
Proses *animating* diawali dengan *tracing* dan diberi pewarnaan kemudian dibuat animasi dari objek-objek yang telah ada menggunakan *Adobe After Effect*. Efek yang diberikan yaitu perubahan *scale*, *rotation*, *position*, dan *opacity* yang digunakan sebagai *bumper* pembuka dan penutup video *motion graphic*, seperti ditunjukkan pada gambar 4.

##### b) **Editing**

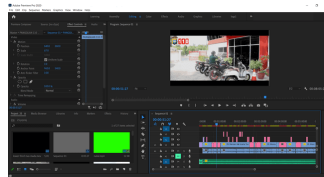
Setelah dilakukan proses *animating*, yang dilakukan selanjutnya adalah proses *editing* untuk menggabungkan tiap animasi dan *scene* serta penambahan *audio effect* dan *background* menggunakan aplikasi *Adobe Premiere CC*, seperti ditunjukkan pada Gambar 5.

##### c) **Rendering**

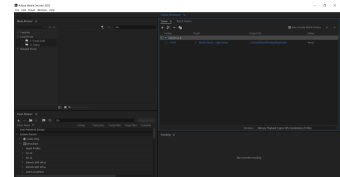
Setelah *editing*, langkah terakhir yang dilakukan yaitu menggabungkan semua yang telah dibuat ke dalam satu video utuh untuk mendapatkan sebuah hasil video yang disebut dengan proses *rendering*. Proses ini menggunakan aplikasi *Adobe Encoder CC* dan menghasilkan video yang berformat MP4 dengan durasi 4 menit 18 detik dan dapat dijalankan menggunakan aplikasi *player*, seperti ditunjukkan pada gambar 6.



Gambar 4 Tahap *Animating*



Gambar 5 Tahap *Editing*



Gambar 6 Tahap *Rendering*

#### d) **Testing**

*Testing* dilakukan setelah tahap *assembly*. Pengujian pertama kali dilakukan oleh pengembang untuk memastikan video yang dihasilkan sesuai dengan rancangan, baik rancangan awal maupun rancangan revisi karena disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi di layanan Kepolisian Polda Kepri terkait panggilan 110. Selanjutnya adalah pengujian *alpha*. Pengujian *alpha* dilakukan melalui wawancara kepada responden yang bertugas di bagian Bamin Urinti Subbidtekninfo Polda Kepri terkait dengan aspek informasi yang diterapkan pada video. Hasil pengujian berdasarkan aspek informasi disajikan pada tabel 3.

**Tabel 3 Hasil Pengujian Video Berdasarkan Aspek Informasi**

No	Aspek	Hasil Pengujian
1	Ketepatan Informasi	Sudah sesuai dengan dengan pelaksanaan di lapangan
2	Kejelasan Informasi	Konsep drama yang diterapkan membuat informasi yang disampaikan lebih jelas
3	Kesesuaian Informasi dengan kejadian yang sebenarnya	Sudah sesuai dengan kejadian di lapangan terkait alur pelaporan kejahatan melalui panggilan 110 di Polda Kepri

Responden lainnya adalah yang bertugas di bagian Subbid Mulmed Bidhumas Polda Kepri terkait aspek multimedia yang diterapkan pada video. Hasil pengujian berdasarkan aspek multimedia disajikan pada tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Pengujian Video Berdasarkan Aspek Multimedia**

No	Aspek	Hasil Pengujian
1	Grafis	Kualitas gambar dan video yang dihasilkan perlu diterangkan untuk menambah kesan suasananya. Berdasarkan hal ini, selanjutnya dilakukan penyuntingan ulang.
2	Tipografi	Dalam pemilihan <i>font</i> , posisi, dan ukuran, diperlukan pemberian warna saat pemain/aktor saling berbicara untu membantu penonton dapat membedakan siapa yang berbicara. Berdasarkan hal ini, <i>editing</i> ulang dilakukan, menyesuaikan dengan masukan-masukan dari responden.
3	Animasi	Kesesuaian <i>visual effect</i> pada <i>opening</i> dan <i>ending</i> video melalui animasi <i>bumper</i> sudah bagus, hanya perlu ditambah kecepatan durasi agar penonton tidak bosan. Selanjutnya, dilakukan perbaikan sesuai dengan komentar dan usulan dari penguji/ <i>reviewer</i> .
4	Audio	Ketepatan suara musik dan suara narator melalui suara angin sangat terdengar dengan jelas saat pengendara datang sehingga suara angin perlu diminimalisir lagi dengan menurunkan volume video. Berdasarkan komentar ini, selanjutnya dilakukan perbaikan <i>noise</i> angin dengan <i>editing</i> video kembali.
5	Informasi	Ketepatan, kejelasan, dan kesesuaian video dengan kejadian yang sebenarnya sudah sesuai berdasarkan alur cerita dan konsep sehingga tidak perlu ada perbaikan.

Setelah pengujian *alpha* memenuhi standar yang diinginkan, selanjutnya dilakukan uji *beta* melalui kuesioner kemudian dilakukan analisis hasil untuk melihat adanya pengaruh perilaku responden setelah menonton video. Responden berjumlah 30 orang yang berasal dari masyarakat Kota Batam dengan karakteristik berdasarkan usia di atas 17 tahun. Masing-masing daerah tempat tinggal responden adalah di Kecamatan Batam Kota (6 orang), Kecamatan Sekupang (8 orang), Kecamatan Batu Aji (4 orang), Kecamatan Bengkong Nusantara (2 orang), Kecamatan Bengkong Sadai (1 orang), Kecamatan Tanjung Piayu (1 orang), Kecamatan Lubuk Baja (1 orang), Kecamatan Nongsa (3 orang), Kecamatan Sagulung (1 orang), Kecamatan Sagulung Baru (1 orang), dan Kecamatan Sungai Beduk (2 orang). Pengujian dilakukan menggunakan dan tanpa menggunakan video dengan hasil pengujian disajikan pada tabel 5.



**Tabel 5 Hasil Pengujian Berdasarkan Video dan Tanpa Video**

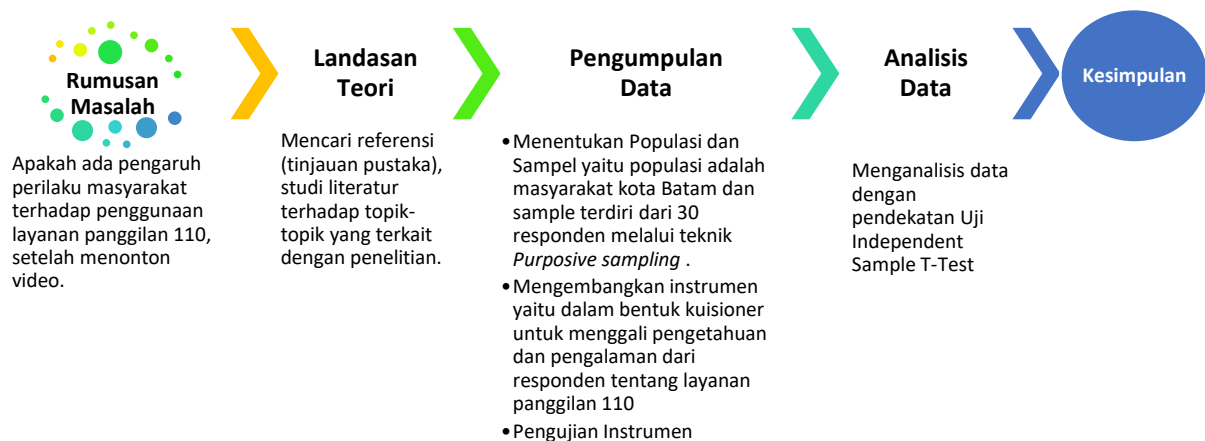
No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
<b>Kuesioner sebelum menggunakan video</b>						
1	Saya mengetahui apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak kriminal (P1)	0	0	63%	3%	34%
2	Saya mengetahui dan paham tentang layanan “panggilan 110 pelayanan publik terpadu” (P2)	0	0	0	97%	3%
3	Saya mengetahui prosedur yang harus dilakukan ketika menghubungi “panggilan 110” (P3)	0	0	83%	3%	14%
4	Saya sudah terbiasa menggunakan layanan panggilan 110, ketika terjadi suatu tindak kejahatan dan kriminal (P4)	0	0	60%	3%	37%
<b>Kuisisioner setelah menonton video</b>						
5	Setelah melihat video tersebut, saya tahu, apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak kriminal (P1)	57%	43%	0	0	0
6	Setelah melihat video, Saya paham mengenai apa itu “layanan 110” dan fungsi-nya (P2)	60%	40%	0	0	0
7	Setelah melihat video, saya paham terhadap prosedur yang harus dilakukan secara rinci (P3)	60%	40%	0	0	0
8	Setelah melihat video, saya akan menggunakan layanan panggilan 110 jika mengalami atau mengetahui tindak kejahatan/kriminal (P4)	60%	40%	0	0	0

### e) Distribution

Produk didistribusikan melalui akun media sosial dan YouTube Polda Kepri melalui *link* <https://www.youtube.com/watch?v=KNPBJz6hztU>. Melalui YouTube, masyarakat dapat menjalankan atau menonton video iklan layanan kepolisian tentang panggilan 110 dengan menggunakan perangkat *mobile*, laptop, atau perangkat lainnya. Berdasarkan siklus pengembangan produk multimedia Luther-Sutopo, setelah tahap distribusi ini, selanjutnya dapat dilakukan evaluasi, apakah produk perlu dikembangkan kembali sesuai kebutuhan atau yang lainnya.

## 2.2 Analisis Pengaruh Video terhadap Perilaku Responden

Metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif jenis asosiatif kausal, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel secara random. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara dua variabel atau lebih. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2017). Disebutkan bahwa tahapan penelitian antara lain terdiri dari menentukan rumusan masalah, landasan teori, perumusan hipotesis, pengumpulan data (penentuan populasi dan sampel, pengembangan dan pengujian instrumen), analisis data, dan penentuan kesimpulan, seperti divisualisasikan pada gambar 7.



**Gambar 7 Tahapan Analisis Pengaruh Perilaku Masyarakat**

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian oleh pengembang adalah iklan video yang dibuat sesuai dengan hasil rancangan berdasarkan *script* dan kesesuaian dengan *storyboard*. Walaupun saat proses *assembly* beberapa revisi terjadi, terutama di bagian *noise*, penentuan efek, dan warna, namun hal ini tidak mempengaruhi *script* dan *storyboard*. Hasil pengujian iklan berdasarkan aspek informasi dan multimedia yang diterapkan melalui pengujian *alpha* adalah sebagai berikut:

- Hasil evaluasi video berdasarkan aspek informasi adalah informasi yang disampaikan di video sudah sesuai, baik dari sisi penggunaan layanan 110 dan alur layanannya. Konsep dramatik yang digunakan dapat menyampaikan informasi dengan jelas, seperti kejadian yang sebenarnya di lapangan.
- Hasil evaluasi berdasarkan aspek multimedia melalui beberapa perbaikan sesuai dengan hasil evaluasi berupa beberapa masukan sehingga hasil akhir dari pengujian ini antara lain:
  - Aspek grafis diperbaiki dari kualitas video yang lebih HD dan dari sisi warna diberikan lebih terang atau kontras.
  - Aspek tipografi diperbaiki dengan menyesuaikan warna tulisan saat pemain saling berbicara untuk membantu penonton membedakan siapa yang sedang berbicara.
  - Aspek animasi *bumper* diperbaiki dengan mempercepat durasi agar penonton tidak bosan.
  - Aspek audio diperbaiki untuk menyeimbangkan suara agar *noise* lebih halus.
  - Untuk suara angin yang sangat jelas terdengar saat *scene* pendara datang, perlu dilakukan penurunan volume video. Berdasarkan aspek informasi, secara tidak langsung penonton paham apa maksud dari video. Tidak ada yang perlu diubah untuk alur cerita video dan konsepnya.

Berdasarkan saran perbaikan, dilakukan perbaikan terhadap video sebanyak satu kali dan pada tahap validasi kedua tidak dilakukan wawancara ulang, melainkan hanya *me-review*/memutar kembali video secara menyeluruh. Setelah dilakukan review, validator menyatakan bahwa video sudah cukup baik untuk dapat diteruskan ke tahapan selanjutnya, yaitu *beta testing*.

Pengujian beta dilakukan untuk menganalisis pengaruh perilaku masyarakat setelah adanya video iklan. Pengujian beta menggunakan Uji *Independent Sample T-Test*, yaitu analisis statistik untuk membandingkan dua

sampel yang tidak saling berpasangan (Perdana, 2021). Dua sampel yang digunakan adalah pengetahuan dan pengalaman responden sebelum dan sesudah menonton video layanan panggilan 110. Hasil pengujian *beta* yang disajikan pada tabel 5 dibandingkan berdasarkan nilai Mean menggunakan aplikasi SPSS sehingga diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel 6. Nilai Mean diperoleh dari pengolahan data menggunakan rumus *Independent Sample T-Test* menggunakan rumus (1).

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \quad (1)$$

**Keterangan :**

X1 = Sample pertama

X2 = Sample kedua

$\mu_1$  = Populasi pertama

$\mu_2$  = Populasi kedua

S1 = Standard deviation sample pertama

S2 = Standard deviation sample kedua

N1 = Jumlah dari sample pertama

N2 = Jumlah dari sample kedua

Pada perhitungan Uji *Independent Sample T-Test*, yang dilakukan adalah mengelompokkan masing-masing pertanyaan menjadi 2 kelompok, yaitu “Tidak Dengan Video” dan “Dengan Video. Selanjutnya, data diolah di SPSS dan dilakukan *Compare Means Independent Sample T Test* sehingga diperoleh data seperti disajikan pada tabel 6.

**Tabel 6 Hasil Uji *Independent Sample T-Test***

No	Pertanyaan	Nilai Mean		Kenaikan
		Tanpa Video	Dengan Video	
1	Saya mengetahui apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak kriminal	2300		2267
	Setelah melihat video tersebut, saya tahu, apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak kriminal		4567	
2	Saya mengetahui dan paham tentang layanan “panggilan 110 pelayanan publik terpadu”	1967		2633
	Setelah melihat video, Saya paham mengenai apa itu “layanan 110” dan fungsi-nya		4600	
3	Saya mengetahui prosedur yang harus dilakukan ketika menghubungi “panggilan 110”	2700		1900
	Setelah melihat video, saya paham terhadap prosedur yang harus dilakukan secara rinci		4600	
4	Saya sudah terbiasa menggunakan layanan panggilan 110, ketika terjadi suatu tindak kejahatan dan kriminal	2233		2367
	Setelah melihat video, saya akan menggunakan layanan panggilan 110 jika mengalami atau mengetahui tindak kejahatan/kriminal		4600	

Berdasarkan hasil output Mean yang diperoleh dari perhitungan SPSS, diperoleh nilai Mean dan t-hitung dengan signifikansi 5% untuk setiap pertanyaan seperti disajikan pada tabel 7.

**Tabel 7 Output Mean dari hasil Uji T**

No	Pertanyaan	Nilai t-table	Nilai t-hitung
1	Saya sebelum nya telah mengetahui apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak criminal & Setelah melihat video tersebut saya semakin tahu apa yang harus dilakukan ketika terjadi tindak criminal	1.671	11.523

2	Saya sudah mengetahui dan paham tentang ada nya layanan “panggilan 110 pelayanan publik terpadu” & Setelah melihat video tersebut saya semakin paham mengenai apa itu “pelayanan 110” dan fungsi nya	1.671	27.180
3	Saya sudah mengetahui prosedur yang harus dilakukan ketika menghubungi “panggilan 110” & Setelah melihat ini saya semakin paham terhadap prosedur yang harus dilakukan secara rinci	1.671	12.086
4	Saya sudah terbiasa menggunakan layanan ini ketika terjadi suatu tindak kejahatan dan kriminal & Setelah melihat ini membuat saya akan semakin sering menggunakan layanan ini jika terjadi tindak kejahatan dan criminal	1.671	11.873

Uji T digunakan untuk menilai perbedaan antara nilai tertentu dengan rata-rata kelompok populasi. Berdasarkan jumlah sampel yang diuji dengan tingkat signifikansi 5%.

1. Jika nilai T hitung < T table maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti tidak ada perbedaan rata-rata hasil jawaban antara pertanyaan sebelum menggunakan video dan pertanyaan dengan setelah menonton video.
2. Jika nilai T hitung > T table maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti ada perbedaan rata-rata hasil jawaban antara pertanyaan sebelum menggunakan video dan pertanyaan setelah menonton video.

Berdasarkan hasil pada tabel 7, seluruh pertanyaan memenuhi poin 2 yaitu T hitung > T Table, sehingga **Ha diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif bagi perilaku masyarakat dalam mencegah tindakan kejahatan yang dialami. Pemahaman dan peningkatan informasi mengenai tindakan preventif terhadap kejahatan setelah menonton video responden lebih tinggi bila dibandingkan dengan sebelum menonton video. Hal ini berarti video iklan tentang panggilan 110 pelayanan publik terpadu di kota Batam dapat menjadi media edukasi bagi masyarakat khususnya di kota Batam.

#### 4. KESIMPULAN

Video iklan layanan masyarakat panggilan 110 pelayanan publik terpadu tentang panggilan 110 berhasil dibuat dengan menerapkan setiap tahapan pada metode pendekatan Luther Sutopo. Konsep video dibuat dalam bentuk dialog (dramatik) sehingga masyarakat dapat memahami iklan ini seakan sedang menonton drama sehingga mudah dipahami. Oleh karena itu, video iklan ini membutuhkan durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan iklan yang cenderung berdurasi pendek. Video iklan layanan masyarakat yang dihasilkan berdurasi 4 menit 18 detik dengan format Mp4 sehingga dapat dijalankan melalui media digital. Distribusi produk dilakukan melalui media sosial YouTube Bidhumas Polda Kepri sehingga masyarakat dapat mengakses video dengan mudah. Hasil analisis yang diperoleh pada *alpha testing* yaitu hasil perbaikan yang dilakukan sebanyak satu kali dan pada tahap validasi kedua dilakukan review video secara menyeluruh dan validator menyatakan bahwa video sudah cukup baik untuk dapat diteruskan ke tahapan selanjutnya yaitu *beta testing*. Pada tahap *beta testing* dilakukan Uji *Independent Sample T-Test* pada aplikasi SPSS, yang memperoleh hasil nilai T-hitung dari setiap pertanyaan lebih besar dibanding dengan nilai T-tabel. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya video iklan “layanan 110” ini memiliki pengaruh positif terhadap perilaku masyarakat kota Batam, terutama dalam perilaku tindakan preventif ketika terjadi kejahatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). Iklan Layanan Masyarakat adalah Iklan yang Menyajikan Pesan Sosial, Ketahui Kriterianya. *Liputan6*. <https://hot.liputan6.com/read/4805514/iklan-layanan-masyarakat-adalah-iklan-yang-menyajikan-pesan-sosial-ketahui-kriterianya>
- Kusuma, M. R. D. Y. Y. F. F. (2019). PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SELF HARASSMENT DENGAN TEKNIK MOTIONGRAPHIC BERBASIS INFOGRAFIS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT. *Juno : Jurnal Art Nouveau*, 8(1). <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/ArtNouveau/article/view/2854/1364>
- Mukaromah, Yanuarsari, D. H., & Pratiwi, M. R. (2018). IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAN RESPON KHALAYAK. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 219. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2170>
- Perdana, P. N. S. H. (2021). PENGEMBANGAN APLIKASI STATISTIKA BERBASIS WEB INTERAKTIF UNTUK ANALISIS UJI-T. *Bimaster : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 10(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/bbimst.v10i3.47655>
- POLRI, W. P. D. H. (2022). *Web Portal Presisi Divkum Polri*. <http://presisi.divkum.polri.go.id/Beranda.aspx>
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2009 TENTANG PELAYANAN PUBLIK, (2009). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009>
- Sembiring, E. B., & Hastuti, T. W. (2020). Company Profile KPKNL Batam dalam Bentuk Video. *JOURNAL OF APPLIED MULTIMEDIA AND NETWORKING*, 4(2), 43–54. <https://doi.org/10.30871/jamn.v4i2.2420>
- Sembiring, E. B., & Lim, P. (2020). EDUKASI ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI LINGKUNGAN KAMPUS. *JOURNAL OF DIGITAL EDUCATION, COMMUNICATION, AND ARTS (DECA)*, 3(02), 61–76. <https://doi.org/10.30871/deca.v3i2.2473>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.