

## PERANCANGAN VIDEO PENGENALAN DUNIA KERELAWANAN PASUKAN BAIK *BETTER YOUTH FOUNDATION*

Amalia Rizky Novitasari Said<sup>1</sup>, Nova Kristiana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya  
email: amalia.20039@mhs.unesa.ac.id.

### **Abstrak**

*Pemuda adalah aset kekuatan dalam perubahan. Namun masih banyak pemuda yang apatis dan tidak peduli. Sejalan dengan awal mula berdirinya Better Youth Foundation pada tahun 2018 yaitu karena tumbuhnya rasa khawatir akan adanya meningkatnya angka penyimpangan moral di kalangan pemuda muslim di Indonesia. Menjadi relawan memang membutuhkan pengorbanan, namun jika dijalani dengan tulus dapat berdampak kebaikan berlipat untuk pelaku. Namun, media kerelawanan Pasukan Baik kurang meluas penyebarannya sehingga dibutuhkan media yang menarik dan informatif sebagai upaya memperluas penyebaran informasi khususnya di kalangan pemuda. Pengumpulan data menggunakan metode kualitatif yaitu dengan wawancara dan observasi untuk mendapat informasi terkait permasalahan dan kebutuhan yang dialami oleh pemuda. Perancangan ini menggunakan metode penelitian wawancara dan observasi untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang dialami oleh pemuda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwasannya banyak pemuda yang menggunakan waktu luangnya untuk sekedar nongkrong. Banyak pemuda yang mengetahui dunia kerelawanan namun enggan untuk bergabung sehingga dibuatlah sebuah media yang menarik dan informatif untuk menangani permasalahan ini, yaitu Video Pengenalan Dunia Kerelawanan Pasukan Baik Better Youth Foundation. Selain agar penyebaran media semakin meluas, diharapkan semakin banyak pula pemuda berkualitas yang tergerak untuk bergabung dalam dunia kerelawanan Pasukan Baik Better Youth Foundation. Karya ini dibuat dengan durasi 4 menit dan melalui beberapa tahapan Poduksi. Video ini akan diunggah melalui Instagram @amaliasaid\_ dan @pasukanbaik.yc.*

**Kata kunci:** Relawan; Sosial; Kemanusiaan; Pasukan Baik; Pemuda

### **Abstract**

*Youth is a powerful asset in change. However, there are still many young people who are apathetic and don't care. In line with the inception of the Better Youth Foundation in 2018, it was due to growing concern about the increasing number of moral deviations among Muslim youth in Indonesia. Becoming a volunteer does require sacrifice, but if done sincerely it can have multiple positive impacts on the perpetrator. However, Pasukan Baik volunteer media is less widely distributed. So interesting and informative media is needed as an effort to expand the dissemination of information, especially among youth. This design uses interview and observation research methods to find out the problems and needs experienced by young people. The results of the study show that many young people use their free time to just hang out. And many young people know about the world of volunteerism but are reluctant to join. So an interesting and informative media was created to deal with this problem, namely the Introduction Video of the World of Volunteering of the Troops of the Better Youth Foundation. In addition to making the distribution of media more widespread, it is hoped that more quality young people will be moved to join the world of volunteerism of the Troops of the Better Youth Foundation. This work was made with a duration of 4 minutes and went through several stages of Production. This work will be uploaded via Instagram @amaliasaid\_ and @pasukanbaik.yc.*

**Keywords:** Volunteer; Social; Humanity; Pasukan Baik; Youth

## PENDAHULUAN

Menurut Mutia Zahra pada laman IDN Times, 5 kebiasaan remaja yang harus dikurangi yaitu, suka nongkrong hingga lupa waktu, hanya menuruti gaya hidup, menghamburkan uang untuk sesuatu yang tidak penting, selalu pamer apa yang dimiliki, dan memiliki sifat malas (Zahra, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Liana Sein Ritonga, dan Rosatyani Puspita Adiati dari Fakultas Psikologi Universitas Airlangga terhadap 384 remaja, yaitu 116 laki-laki dan 268 perempuan usia 17-24 tahun dan belum menikah yang berdomisili Surabaya. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa individu yang memiliki gaya hidup hedonis tinggi dan pemahaman diri yang rendah akan memunculkan perilaku konsumtif karena ketika individu ingin menjadi pusat perhatian individu tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, individu tidak percaya diri ketika berada di lingkungan sebaya atau kelompok, supaya dapat diterima dan diakui kelompok individu menjadi pribadi yang lebih boros untuk membeli barang-barang yang bermerk, barang-barang yang kekinian (Ritonga & Adiati, 2022:480).

Menurut Liana Sein Ritonga, dan Rosatyani Puspita Adiati, remaja di Surabaya harus mulai belajar untuk mengontrol diri dan menghindari pola hidup yang berlebihan, hal tersebut dapat dihindari dengan cara menabung, membeli barang sesuai kebutuhan, agar terhindar dari dampak buruk perilaku konsumtif. Serta lebih memfokuskan diri pada pendidikan dan memanfaatkan waktu luang sebaik mungkin serta melakukan hal-hal positif untuk menunjang masa depan (Ritonga dan Adiati, 2022:482). Generasi muda bisa menjadi agen yang kuat untuk perubahan. Masih banyak anak muda yang apatis dan hanya memikirkan dirinya sendiri. Hal ini sangat disayangkan karena seharusnya seorang pemuda mempunyai energi yang besar untuk disalurkan melalui kegiatan-kegiatan positif seperti kerelawanan. Kemajuan bangsa akan cepat tercapai jika anak mudanya mau bergerak dan terjun ke masyarakat dan menjadi solusi terhadap masalah yang ada pada mereka. Jiwa kepekaan itu harus diasah sedini mungkin. Dengan demikian ketika suatu hari tiba masanya mereka memimpin bangsa, akan meminimalisir keinginan untuk memikirkan diri sendiri atau kelompok saja, namun kepentingan yang lebih besar yaitu kepentingan masyarakat (Sukaesih, 2013:17).

Hal ini sejalan dengan awal mula berdirinya *Better Youth Foundation* pada tahun 2018 yaitu karena tumbuhnya rasa gelisah dan khawatir akan adanya fenomena penyimpangan moral yang terjadi di kalangan pemuda, khususnya pemuda muslim di Indonesia. Terjadinya peningkatan angka aborsi, pergaulan bebas, penyalahgunaan narkoba, *LGBT* hingga permasalahan hidup lainnya (*Better Youth Foundation*, 2023). Sehingga yayasan ini membuat beragam program yang mendukung kegiatan pembinaan dan pengembangan potensi di kalangan pemuda salah satunya, Pasukan Baik. Pasukan Baik adalah sebutan untuk relawan sosial di *Better Youth Foundation*. Kegiatan Pasukan Baik biasanya memberikan bantuan untuk masyarakat yang tinggal di Kampung Pra Sejahtera. Bantuan yang diberikanpun beragam yaitu, MakGerr (Makan Gratis), Sembako Dhuafa, Beasiswa Yatim, Cek Kesehatan, Edukasi, Geradak (Grebek Pedagang Dadakan), Voluntrip, dan Ekspedisi Jelajah Kebaikan. Arti relawan dalam istilah sederhana merujuk pada setiap kegiatan menebar kebermanfaatannya yang tidak memiliki waktu pasti (Abidin, Anam, dan Mulyadi, 2021:3).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), relawan merupakan bentuk bahasa tidak baku atau non-formal dari sukarelawan. Sedang arti dari sukarelawan sendiri adalah orang yang melakukan sesuatu dengan sukarela (Muna'im, 2020:52). Secara umum kesukarelaan mengacu pada aktivitas atau kegiatan yang tidak mengikat atau memaksa, serta dilaksanakan tanpa mengharap sebuah imbalan (Abidin, Anam, dan Mulyadi, 2021:3). Merujuk dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang bisa dikatakan relawan ketika telah meluangkan waktu tanpa dibayar untuk melakukan sesuatu yang positif bagi lingkungan, bukan hanya orang terdekatnya saja. Kerja relawan memang

membutuhkan sebuah pengorbanan, namun jika dijalani dengan keikhlasan akan membawa kebaikan berlipat untuk pelaku, (Sukaesih, 2013:16).

Namun saat ini media kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* kurang meluas penyebarannya. Sehingga dibutuhkan media yang menarik dan informatif. Maka dari itu perlu adanya Perancangan Video Pengenalan Dunia Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* sebagai upaya memperluas penyebaran informasi khususnya di kalangan pemuda.

## KERANGKA TEORETIS

### Video

Video adalah penggabungan antara gambar dan suara yang diabadikan menggunakan kamera (Sofyan dan Purwanto, 2008:4). Jenis video yang digunakan dokumentasi Kegiatan Sosial, video ini menampilkan beragam kegiatan sosial yang dilakukan oleh relawan kemanusiaan berdurasi 4 menit. Macam *Shot* yang digunakan dalam *videography*:

1. *Close Up (CU)*

*Extreme Close Up (ECU)* adalah pengambilan suatu gambar yang hanya salah satu bagian saja pada objek misalnya mata (Purba, 2013:20). *Big Close Up (BCU)* adalah pengambilan gambar dari batas kepala hingga dagu, berfungsi untuk menunjukkan detail ekspresi objek (Purba, 2013:21). *Close Up (CU)* adalah pengambilan gambar dari ujung kepala hingga leher bagian bawah, boleh memotong sedikit kepala bagian atas, berfungsi untuk menekan emosi objek (Purba, 2013:17). *Medium Close Up (MCU)* adalah mengambil gambar dari ujung kepala hingga dada atas, berfungsi untuk memperlihatkan emosi objek (Purba, 2013:18).

2. *Middle Shot/Medium Shot (MS)*

Pengambilan gambar batas kepala hingga pinggang/perut bagian bawah, berfungsi untuk memperlihatkan sosok objek secara jelas. Biasanya untuk wawancara (Purba, 2013:18).

3. *Long Shot (LS)*

*Long Shot (LS)* adalah Pengambilan gambar dari atas kepala hingga ujung kaki memperlihatkan latar belakang dari subjek. Secara lengkap memberikan informasi terkait suasana dari adegan, misalnya sedang berinteraksi (Purba, 2013:20). *Very Long Shot (VLS)* adalah pengambilan gambar dengan jarak yang lebih jauh dibanding long shot. Objek terlihat lebih kecil dan didominasi oleh *background*, berfungsi untuk memperlihatkan suasana di sekitar objek dalam lingkup lebih kecil dibandingkan dengan *Extreme Long Shot* (Purba, 2013:21). *Extreme Long Shot (VLS)* adalah pengambilan gambar dengan jarak lebih jauh lagi. Sehingga *background* sangat dominan dan objek menjadi sangat kecil, berfungsi untuk memperlihatkan suasana secara menyeluruh (Purba, 2013:22).

### Komposisi

Komposisi adalah cara mengatur atau menyusun bagian objek, agar lebih menarik dan mudah dipahami maksud dan tujuannya. Caranya dengan menggunakan (*Rule of Third*) Pembagian objek menjadi tiga bagian sama besar (Wahana Komputer, 2008:66). Posisi subjek tidak harus berada di tengah agar komposisi lebih menarik dan mudah dimengerti maksudnya. Bila subjek menghadap ke kiri maka subjek diletakkan di sebelah kanan agar menyisakan banyak ruang di bagian kiri, begitupun sebaliknya (Wahana Komputer, 2008:67)

### Gerakan Kamera

Gerakan kamera ini berfungsi untuk menghasilkan variasi hasil gambar. Dalam pengambilan gambar dengan macam gerakan kamera ini bisa dilakukan dengan atau tanpa alat bantu (Wahana

Komputer, 2008:58). Macam gerakan kamera: *Tracking*, adalah gerakan kamera mendatar dengan arah maju atau mundur, menjauh (*Track Out*) atau mendekati (*Track In*) objek (Wahana Komputer, 2008:59). *Crabbing*, adalah gerakan mendatar ke kanan (*Crab Right*) atau ke kiri (*Crab Left*) terhadap objek tetap. *Panning*, adalah gerakan kamera secara horizontal, mengambil gambar dari kiri ke kanan (*Pan Right*) atau dari kanan ke kiri (*Pan Left*), dengan posisi kamera tetap di tempat, sedangkan objek bergerak (Wahana Komputer, 2008:61). *Zoom*, adalah menggerakkan lensa dengan tujuan memperbesar (*Zoom In*) atau memperkecil objek (*Zoom Out*).

### **Sudut Kamera (Titik Pandang)**

Sudut kamera adalah posisi kamera yang tepat untuk shot sehingga pesan yang ingin disampaikan jelas dan mudah dimengerti. Berikut macam sudut kamera:

*Low Angle*, adalah sudut pengambilan gambar yang lebih rendah dari pada objek yang diambil mengesankan objek terlihat lebih besar. Teknik ini menciptakan kesan dramatis berwibawa dan kuat (Muryanto, 2016:42). *Normal Angle (Eye Level)*, adalah pengambilan gambar dengan sudut kamera sejajar dengan pandangan mata manusia (Wahana Komputer, 2008:69). *High Angle*, adalah pengambilan gambar dengan sudut kamera lebih tinggi dibandingkan objek atau pemandangan dari atas (Wahana Komputer, 2008:70). *Bird Eye View*, adalah Pengambilan gambar dengan ketinggian berada di atas ketinggian objek. Hasilnya terlihat luas dan benda lain terlihat kecil sebagaimana pandangan mata burung (Muryanto, 2016:40).

### **Proses Pembuatan**

#### 1. Pra Produksi

##### a. Menentukan Output Video

Hal ini perlu dilakukan agar mengetahui video seperti apa ingin dibuat, agar dapat diambil langkah berikut yaitu penentuan durasi. Adanya durasi berfungsi untuk menjadi acuan untuk pengambilan gambar, pemenuhan bahan gambar, dan proses editing video (Wahana Komputer, 2008:103)

##### b. Pengumpulan materi dan bahan

Mencatat beberapa data penting yang diperlukan. Dari data tersebut dapat diidentifikasi gambar yang perlu diambil.

##### c. Pembuatan Skenario

Skenario adalah bentuk tertulis dari video yang akan diproduksi. Skenario berisi cerita dalam bentuk dasar yang tidak dirincikan (Wahana Komputer, 2008:104).

##### d. Pembuatan Skrip atau Naskah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, Naskah adalah karangan yang masih ditulis dengan tangan dan belum diterbitkan (KBBI). Skenario berisi cerita yang sudah terinci, (Wahana Komputer, 2008:105).

##### e. Pembuatan *Storyboard*

*Storyboard* adalah coretan gambar yang menjadi acuan pengambilan gambar. Sehingga semua hal telah direncanakan secara rapid dan detail (Wahana Komputer, 2008:106).

#### 2. Produksi

Pengambilan gambar secara sempurna, yaitu dengan cara:

- a. Menggunakan fokus manual, agar kamera tidak sulit menentukan focus.
- b. Mengatur white balance di setiap pergantian pencahayaan.
- c. Pada saat melakukan pengambilan gambar di luar ruang perlu memperhatikan posisi matahari agar tidak melawan cahaya.

- d. Menggunakan alat bantu seperti tripod.
  - e. Mengendalikan kamera agar hasil gambar tetap stabil.
  - f. Menghindari zooming saat merekam.
  - g. Menjaga durasi shot minimal 8-10 detik.
  - h. Mengatur komposisi dengan *Rule of Third*.
  - i. Memiliki perpaduan video dan suara yang seimbang, dengan menggunakan mikrofon kecil eksternal (Purba, 2013:88).
3. Pasca Produksi
- a. Editing adalah jantung proses produksi video. Editing sangat berpengaruh terhadap makna yang ingin disampaikan oleh gambar-gambar itu. Tujuan editing yaitu memilih shot yang baik dengan berpegang pada urutan yang sesuai naskah, menentukan durasi video, menentukan titik potong gambar, menentukan transisi yang sesuai, menciptakan keterhubungan antara shot satu dengan yang lainnya. (Purba, 2013:80).
  - b. Transisi adalah metode yang digunakan menggabungkan satu gambar ke gambar lain. Transisi dapat dimasukkan ketika adanya hal baru, perindahan posisi pengambilan gambar, terdapat perpindahan sudut pengambilan gambar, subjek menyampaikan sesuatu, kamera semakin mendekat atau menjauh. Ada 3 jenis transisi:
    - Cut, adalah pergantian shot secara tiba-tiba sehingga tidak disadari pergantiannya (Purba, 2013:82). Transisi ini digunakan ketika menunjukkan peristiwa yang terjadi, terjadi perubahan informasi, perubahan lokasi kejadian (Purba, 2013:83).
    - Mix, adalah pergantian shot yang masa pergantiannya dapat dirasakan Yaitu pada saat gambar satu akan menghilang, gambar berikutnya mulai muncul (Purba, 2013:83). Transisi ini digunakan pada saat perubahan waktu dan lokasi kejadian, selain itu transisi dapat menunjukkan kedekatan antara gambar yang menghilang dengan gambar yang muncul (Purba, 2013:84).
    - Fade, adalah pergantian gambar dari tanpa gambar/hitam sampai muncul gambar (fade in), atau dari ada gambar sampai tanpa gambar/hitam (fade out) (Purba, 2013:8)

## METODE PERANCANGAN

Pada perancangan video ini harus dilakukan yaitu penentuan teknik pengumpulan data yang sesuai dan tepat. Tidak hanya tepat, teknik pengumpulan data sebaiknya terstruktur (Sitanggang dan Ditamei, 2022). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan video pengenalan dunia kerelawanan Pasukan *Better Youth Foundation* ini adalah metode kualitatif. Data kualitatif terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi tentang tanggapan pemuda terhadap dunia kerelawanan, serta informasi tentang media yang diminati oleh kalangan pemuda. Ada pula pengumpulan data primer melalui observasi yang dilakukan guna meninjau perilaku pemuda dalam pemanfaatan waktu luang, dan kebiasaannya. Serta mengumpulkan informasi terkait media seperti apa yang cocok untuk memperkenalkan dunia kerelawanan kepada pemuda. Dilakukan juga pengumpulan data sekunder melalui jurnal, buku, dan internet yang berkaitan dengan perancangan ini.

Langkah-langkah atau skematika pada perancangan ini dimulai dengan latar belakang masalah, pengumpulan data primer (wawancara dan observasi) dan sekunder (sumber jurnal, buku, dan internet terkait), analisis data yang sudah dikumpulkan menggunakan metode 5W+1H, lalu dilanjutkan dengan tahapan pra produksi yaitu pembuatan skrip, scenario, dan *storyboard*. Setelahnya, dilakukan validasi

karya atau asistensi konsep perancangan sebelum diteruskan pada proses produksi atau pengambilan gambar. Gambar yang sudah diambil kemudian diolah atau memasuki proses *editing* dan *finishing*. Terakhir, karya yang sudah dibuat kemudian diterapkan atau dipublikasikan pada media sosial yaitu Instagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Data

*Better Youth Foundation* adalah yayasan yang bergerak di Bidang Pembinaan dan Pengembangan Potensi Pemuda. *Better Youth Foundation* berlokasi di Jl. Penjaringan Sari PS II D25, Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini pertamakali didirikan oleh Ustadz Aditya Rahman Yani pada tahun 2018. Berdirinya yayasan ini diawali karena adanya kegelisahan terhadap fenomena penyimpangan moral yang dialami oleh pemuda muslim. Sebagai contoh: Peningkatan angka seks bebas, LGBT, dan permasalahan hidup lainnya. Sebagai upaya merealisasikan pengembangan potensi pemuda *Better Youth Foundation* membuat beragam program. Salah satunya *Better Youth Foundation* merancang divisi khusus untuk mengelola program sosial yaitu Divisi *Youth Care*. Pelaku divisi *Youth Care* disebut Pasukan Baik. Programnya sangat beragam beberapa diantaranya:

1. MakGerr,

Kegiatannya berbagi makanan gratis di Kampung Pra Sejahtera yang berada di Kota Surabaya. Selain itu ada juga kegiatan Cek Kesehatan Gratis untuk lansia. Kegiatan lainnya adalah edukasi dan bermain bersama adik-adik di Kampung Pra Sejahtera.

2. Voluntrip,

Program ini berkolaborasi dengan KitaBisa.com. Kegiatannya sangat bervariasi. Selain itu pada program tersebut Pasukan Baik juga berbagi sembako untuk beberapa warga yang membutuhkan di Kampung Pra Sejahtera dan melakukan cek kesehatan untuk lansia.

3. Ekspedisi Jelajah Kebaikan.

Program ini dilaksanakan di luar kota atau bahkan luar pulau, tepatnya di daerah pelosok yang memiliki akses yang terbatas seperti harus menggunakan perahu untuk sampai ke daerah tersebut, dll. Kegiatannya hamper sama dengan MakGerr dan Voluntrip yaitu berbagi sembako, cek kesehatan, dan edukasi.

Pemasaran program dilakukan melalui web dan beberapa sosial media yaitu WhatsApp, dan Instagram. Selain itu pemasaran dilakukan dengan cara membuka banyak peluang kolaborasi agar program semakin banyak dikenal.

### Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan metode 5W+1H. 5W+1H diambil dari kata yang artinya Apa, Kenapa, Dimana, kapan, Siapa, dan Bagaimana. Analisis data menggunakan metode ini bertujuan untuk menemukan inti dari sebuah permasalahan. Khususnya untuk menganalisis inti permasalahan yang dialami Pasukan Baik *Better Youth Foundation*.

1. Apa (*What*)

a. Apa itu Pasukan Baik *Better Youth Foundation*?

Pasukan Baik adalah sebuah komunitas kerelawanan yang dibuat oleh *Better Youth Foundation* khusus untuk bergerak di bidang sosial yaitu Divisi *Youth Care* *Better Youth Foundation* sendiri adalah sebuah yayasan yang bergerak pada bidang Pembinaan dan Pengembangan potensi pemuda.

b. Media apa saja sebagai penerapan video pengenalan dunia kerelawanan Pasukan Baik

*Better Youth Foundation?*

Penerapannya di unggah ke akun social media milik Pasukan Baik *Better Youth Foundation* yaitu Instagram.

2. Kenapa (*Why*)
  - a. Kenapa Pasukan Baik *Better Youth Foundation* membutuhkan perancangan video pengenalan dunia kerelawanan?  
Karena penyebaran media Pasukan Baik *Better Youth Foundation* kurang meluas maka dari itu dibutuhkan perancangan media berupa video yang menarik dan informatif agar penyebaran media Pasukan Baik *Better Youth Foundation* semakin meluas. Selain itu, agar semakin banyak Sumber Daya Manusia yang berkualitas mengenal dan ikut bergabung dalam dunia kerelawanan khususnya di Pasukan baik *Better Youth Foundation*.
3. Dimana (*Where*)
  - a. Dimana letak Pasukan Baik *Better Youth Foundation*?  
Letaknya di daerah Rungkut, Surabaya.
  - b. Dimana video pengenalan dunia kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* dipublikasikan?  
Video dipublikasikan di akun Instagram @amaliasaid\_ x @pasukanbaik.yc agar pemasaran sesuai dengan target *audiens* yaitu usia 18-25 tahun.
4. Kapan (*When*)
  - a. Sejak kapan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* berdiri?  
Pasukan baik *Better Youth Foundation* dibuat sejak tahun 2019. Sedang *Better Youth Foundation* sendiri berdiri sejak tahun 2018.
  - b. Kapan video pengenalan dunia kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* mulai dipublikasikan?  
Video mulai dipublikasikan pada bulan Juli 2024 dalam kurung waktu yang tidak ditentukan.
5. Siapa (*Who*)
  - a. Siapa target audiens Pasukan Baik *Better Youth Foundation*?  
Targetnya audiens Pasukan Baik *Better Youth Foundation* adalah pemuda berusia 18 tahun ke atas.
6. Bagaimana (*How*)
  - a. Bagaimana pemecahan masalah terhadap kurangnya penyebaran media Pasukan Baik *Better Youth Foundation*?  
Dengan cara merancang video pengenalan dunia kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*.

## **Program Kreatif**

Pra Produksi

1. Video  
Video Pengenalan Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* yang akan dipublikasikan di akun Instagram @pasukanbaik.yc X @amaliasaid\_.
2. Materi dan Bahan Video  
Bahan video yang harus dipersiapkan adalah video wawancara bersama *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation*, video dokumentasi kegiatan MakGerr, Voluntrip, dan Ekspedisi Jelajah Kebaikan, video wawancara penerima manfaat.

3. Skenario

Wawancara 1 arah dengan *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation*. Menampilkan kegiatan MakGerr, Voluntrip, dan ekspedisi Jelajah Kebaikan. Wawancara Beberapa Penerima Manfaat.

4. Skrip






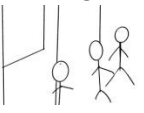
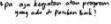





Wawancara 1 arah dengan *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation*:

- Perkenalan
  - a) cerita awal *captain* menjadi relawan?
  - b) Apa manfaat menjadi relawan?
  - c) Apa saja kegiatan yang bisa dilakukan relawan? Dan menceritakan respon warga ketika mendapatkan manfaat dari Pasukan Baik *Better Youth Foundation*.
  - d) *Statement* penutup, dan ajakan teman-teman mengikuti kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*.
- Interview Beberapa Penerima Manfaat:
  - a) Bagaimana perasaan mendapat bantuan?
- Footage: Landscape
 

Wawancara dengan *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation*, Kegiatan MakGerr, Kegiatan Voluntrip, Kegiatan Ekspedisi Jelajah Kebaikan, Wawancara dengan Penerima Manfaat.

5. Storyboard

**Tabel 1.** Storyboard

<p>1. Opening</p>  <p><b>Gambar 1.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>2. Wawancara Captain Pasukan Baik</p>  <p><b>Gambar 2.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>3. Pertanyaan</p>  <p><b>Gambar 3.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>
<p>4. Footage suasana</p>  <p><b>Gambar 4.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>5. Pertanyaan</p>  <p><b>Gambar 5.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>6. Footage suasana</p>  <p><b>Gambar 6.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>
<p>7. Pertanyaan</p>  <p><b>Gambar 7.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>8. MakGerr</p>  <p><b>Gambar 8.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>9. Voluntrip</p>  <p><b>Gambar 9.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>
<p>10. Ekspedisi Jelajah Kebaikan</p>  <p><b>Gambar 10.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>11. Wawancara penerima manfaat</p>  <p><b>Gambar 11.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>	<p>12. Closing</p>  <p><b>Gambar 12.</b> Storyboard (Sumber: Said, 2024)</p>



## Produksi

### 1. Persiapan Peralatan



**Gambar 13.** Persiapan Peralatan  
(Sumber: Said, 2024)

Mempersiapkan peralatan kebutuhan pengambilan gambar yaitu, *lighting*, tripod, kamera, *mic* eksternal, Hp, dan drone. Agar pada saat produksi semua alat telah siap untuk digunakan.

### 2. *Briefing* Model



**Gambar 14.** *Briefing* Model  
(Sumber: Said, 2024)

*Briefing* model untuk kebutuhan wawancara yaitu, *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation* dan Penerima Manfaat. Agar lebih memahami apa yang harus dilakukan dan dibicarakan pada saat pengambilan gambar dilakukan.

### 3. Pengambilan Gambar



**Gambar 15.** Pengambilan Gambar  
(Sumber: Said, 2024)

Proses pengambilan gambar dimulai dengan wawancara *Captain* Pasukan Baik *Better Youth Foundation*, pengambilan gambar kegiatan MakGerr, Voluntrip, Ekspedisi Jelajah Kebaikan, dan pengambilan gambar wawancara dengan Penerima Manfaat.

## Pasca Produksi

### 1. Pemilahan *footage editing*



**Gambar 16.** Pemilahan *Footage Editing*  
(Sumber: Said, 2024)

Pemilahan *footage* video yang dibutuhkan dan memiliki kualitas baik. Memasukkan video yang telah dipilah ke dalam aplikasi *editing* yaitu CapCut.

### 2. *Cutting*



**Gambar 17.** *Cutting*  
(Sumber: Said, 2024)

Proses *cutting* penyesuaian video dengan durasi yang telah ditentukan. Agar video yang digunakan tidak terlalu Panjang dan sesuai dengan kebutuhan.

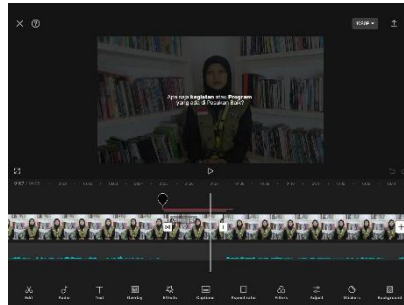
### 3. Penambahan Suara



**Gambar 18.** Penambahan Suara  
(Sumber: Said, 2024)

Penambahan rekaman suara yang berasal dari *mic* eksternal. Agar audio terdengar lebih jelas dan nyaman di telinga audiens.

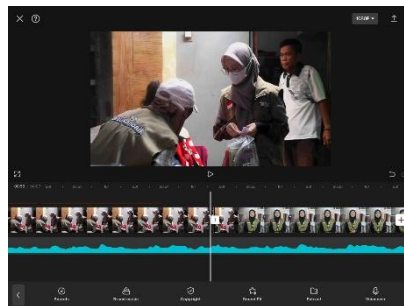
#### 4. Penambahan Transisi



**Gambar 19.** Penambahan Transisi  
(Sumber: Said, 2024)

Penambahan transisi untuk menghubungkan antara *footage* 1 dengan yang lainnya. Agar video terlihat lebih menyatu.

#### 5. Penambahan *Backsound*



**Gambar 20.** Penambahan *Backsound*  
(Sumber: Said, 2024)

Penambahan *backsound* untuk menciptakan suasana yang lebih dramatis dalam video. Agar suasana yang diinginkan oleh editor dapat tersampaikan kepada audiens.

#### 6. *Image Editing*



**Gambar 21.** *Image Editing*  
(Sumber: Said, 2024)

Penambahan Filter untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan rasa di dalam video. Menyesuaikan tone warna yang sesuai dengan suasana.

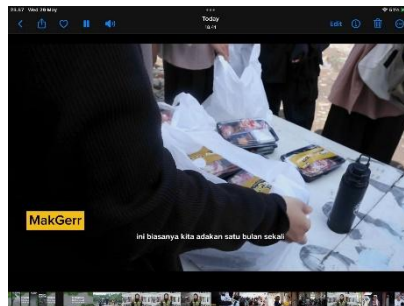
## 7. Penambahan *Subtitle*



**Gambar 22.** Penambahan *Subtitle*  
(Sumber: Said, 2024)

Penambahan *Subtitle* untuk memudahkan audiens mendengar dan menikmati cerita yang ada pada video. Agar lebih mudah mendapatkan informasi yang dibicarakan oleh narasumber.

## 8. Finalisasi Video



**Gambar 23.** Finalisasi Video  
(Sumber: Said, 2024)

Pengecekan keseluruhan hasil video untuk menentukan kelayakan video apakah sudah bisa dipublikasikan, kemudian menyimpan hasil video.

## Visualisasi Karya



**Gambar 24.** Visualisasi Karya  
(Sumber: Said, 2024)

Media Utama pada perancangan ini adalah Video Pengenalan Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*. Video ini berisi tentang pengenalan definisi dunia kerelawanan, manfaat menjadi relawan, dan kegiatan yang dilakukan oleh seorang relawan dengan Spesifikasi:

- Ukuran : 1920 x 1080 pixel

“Perancangan Video Pengenalan Dunia Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*”

- Teknik Produksi: Video Pengenalan Kerelawanan
- Finishing : Upload Kolaborasi di Instagram @amaliasaid\_ dan @pasukanbaik.yc
- Deskripsi : Perancangan video pengenalan kerelawanan sebagai media utama dari karya perancangan Tugas Akhir.



**Gambar 25.** Potongan Video Teaser  
(Sumber: Said, 2024)

Selain media utama, terdapat juga media pendukung pada perancangan ini. Pertama, terdapat teaser berdurasi 46 detik yang berfungsi sebagai media penyebaran atau promosi video utama yang telah dibuat.



**Gambar 26.** Desain dan Penerapan X Banner  
(Sumber: Said, 2024)

Kemudian, terdapat x banner berukuran 160 cm x 60 cm yang dicetak menggunakan bahan albatross. X banner ini berfungsi sebagai media promosi atau ajakan untuk menarik minat atau perhatian orang yang melihatnya untuk bergabung dengan kerelawanan Pasukan Baik.



**Gambar 27.** Desain 2 Poster dan 1 Flyer  
(Sumber: Said, 2024)

Selanjutnya sebagai media pendukung dibuat juga poster dan flyer. 2 Desain poster yang berisikan foto

kegiatan dan ajakan untuk mengenal dan bergabung dengan kerelawanan Pasukan Baik dicetak menggunakan art paper berukuran A3 (29,7 cm x 42 cm). Sedangkan, flyer yang berisi deskripsi dan manfaat bergabung menjadi bagian Pasukan Baik dicetak berukuran kecil sekitar A5 (14,8 cm x 21 cm) agar dapat dibagikan dengan mudah.



**Gambar 28.** Merchandise (Gantungan Kunci, Stiker, dan Topi Rimba)  
(Sumber: Said, 2024)

Terakhir, dibuat juga media pendukung berupa merchandise (gantungan kunci, stiker, dan topi rimba). Gantungan kunci akrilik 2 sisi dan stiker pack kiss cut dibuat dari visualisasi hal-hal yang berhubungan dengan Pasukan Baik seperti kotak makanan, tangan yang bergandengan, kata-kata motivasi, dan lainnya yang berisikan ajakan untuk berbuat baik dan bergabung dengan kerelawanan. Selain itu, stiker dan gantungan kunci tersebut juga dapat berfungsi sebagai penyebaran informasi media sosial Pasukan Baik yang tersemat di setiap visualnya. Ada pula topi rimba yang dibuat untuk meningkatkan awareness orang yang melihatnya terhadap Pasukan Baik.

## SIMPULAN DAN SARAN

Dalam menghadapi penyebaran media yang kurang meluas dan jumlah pemuda yang kurang menyadari akan pentingnya dunia kerelawanan perlu adanya perancangan media yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan kepada pemuda mengenai dunia kerelawanan. Pasukan Baik adalah relawan kebaikan dari Divisi *Youth Care Better Youth Foundation* yang masih sulit dalam mencari SDM berpotensi, dan mengalami penyebaran media yang kurang meluas oleh karena itu perlu adanya Perancangan Video Pengenalan Dunia Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*. Karya ini dibuat melalui proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Perancangan yang dibuat tentunya sangat bermanfaat untuk meningkatkan penyebaran media dan memikat hati pemuda untuk ikut bergabung dalam dunia kerelawanan. Perancangan Video Pengenalan Dunia Kerelawanan Pasukan Baik *Better Youth Foundation* diharapkan bisa memberikan dampak baik penyebaran media Pasukan Baik yang semakin meluas, dan semakin banyak pemuda yang ikut bergabung menjadi relawan Pasukan Baik *Better Youth Foundation*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa di masa yang akan datang.

## REFERENSI

- Abidin, A. H., Anam, A. K., dan Mulyadi, Arif. 2021. Modul Pengabdian Masyarakat Pertolongan Pertama dan Evakuasi Korban di Kawasan Rawan Bencana Erupsi Gunung Kelud bagi Relawan PAM Swakarsa. Malang: MNC Publishing.
- Muna'im, Mumuh. 2020. Relawan Tak Terjadi Terlupakan, Terjadi Terbutuhkan. Bandung: Fokusmedia.

- Mundzir, I. 2023. “Mempromosikan Kerelawanan Mahasiswa Melalui Kemuhammadiyah Di Perguruan Tinggi Muhammadiyah”. *Jurnal Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Kramat Jati*, Vol. 4 No. 2, pp. 169–177.
- Muryanto, Teguh. 2016. *Menerapkan Teknik Pengambilan Gambar Produksi*. Surabaya: Tedifa Publishing.
- Rahman, Su. 2020. *Buku Pintar Video Editing*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Ritonga, L. S. & Adiati, R. P. 2022. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya”. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, Vol. 2 No. 1, pp. 476-485.
- Sukaesih, Susi. 2013. *Ikut Komunitas & Jadi Volunteer itu Asik!* Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Sofyan, A. F. dan Purwanto, A. 2008. *Digital Multimedia*. Yogyakarta: Andi.
- Purba, Januarius Andi. 2013. *Shooting yang Benar! Jadikan Video Anda Sekelas Karya Videografer Profesional*. Yogyakarta: Andi.
- Wahana Komputer. (2008). *Video Editing dan Video Production*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zahra, Mutia. (2023). “5 Kebiasaan Remaja yang Harus Dikurangi saat usia 20-an” diunduh pada Zahra, Mutia. Tanggal 17 Februari 2024, dari <https://www.idntimes.com/life/inspiration/mutia-zahra-4/kebiasaan-masa-remaja-yang-harus-dikurangi-c1c2?page=all>.