

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial & Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Riyadi Prabowo 20130530200
Proses Penyampaian Pesan Dalam Penyutradaraan Iklan Layanan
Masyarakat Suporter Sepak Bola Indonesia
Tahun Skripsi : 2019 + 106 Halaman + 1 Lampiran
Daftar Kepustakaan : 19 buku + 5 Sumber Internet

ABSTRAK

Sebagai olahraga yang digandrungi di seluruh dunia, sepak bola tumbuh tak lagi hanya menjadi sebuah olah raga, tapi bagi kelompok yang sangat fanatik terhadapnya sepakbola menjadi sebuah perlambang identitas dan budaya. Di Indonesia sendiri, fanatisme tersebut tumbuh kearah yang lebih ekstrim, yaitu holiganisme. Akibat holiganisme yang kemudian bergerak menjadi anarkisme tersebut, setidaknya anarkisme akibat sepak bola sudah merenggut 57 nyawa warga Indonesia sampai tahun 2017.

Pendekatan dengan struktural baik dari pemerintah maupun PSSI telah dilakukan dari beberapa tahun silam, tapi nyatanya gesekan antar suporter sampai tahun 2017 masih tetap timbul, kemudian pada pertengahan 2017 pemerintah mencoba perdamaian antar suporter tersebut dengan pendekatan kultural, yaitu dengan mengadakan berbagai event untuk membuat suporter saling merangkul satu sama lain.

Iklan layanan masyarakat ini diciptakan untuk mendukung gerakan pemerintah dalam pendekatan kultural terhadap suporter sepak bola Indonesia. Sedangkan media yang dipilih adalah media online, karena dinilai sangat dekat dengan target audiens yang dituju.

Untuk perancangannya, penciptaan karya ini terfokus pada bagaimana proses kreatif penyampaian pesan yang dilakukan oleh sutradara agar bisa menyampaikan Iklan Layanan Masyarakat tersebut menjadi seperti yang dituju dan tepat guna.

Kata Kunci: ILM, Suporter Sepak Bola Indonesia, Produksi Iklan, Penyutradaraan

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Social and Political Faculty
Department of Communication Science
Concentration Advertising
Riyadi Prabowo 20130530200
Creative Process of Delivering Messages in Film Directing a Public Service
Advertisements for Indonesian Football Fans
Year of Undergraduate Thesis Year: 2019 + 106 pages + 1 Attachments
Bibliography: 19 books + 5 Internet sources

ABSTRACT

As a sport that is loved all over the world, football grows no longer just as a sport, but for groups that are very fanatical about it football is a symbol of identity and culture. In Indonesia itself, this fanaticism grew towards a more extreme, namely holiganism. As a result of the holiganism which then moves into the anarchism, at least anarchism due to football has claimed 57 lives of Indonesians until 2017.

Structural approaches from both the government and PSSI have been carried out from several years ago, but in fact the friction between supporters until 2017 still arises, then in mid-2017 the government tried peace between these supporters with a cultural approach, namely by holding various events to make mutual supporters embrace each other.

This public service ad was created to support the government movement in the cultural approach to Indonesian soccer supporters. While the media chosen is online media, because it is considered very close to the intended target audience. For the design, the creation of this work focused on how the creative process of delivering messages carried out by the director in order to convey the Public Service Advertisements to be as intended and effective.

Keywords: PSA, Indonesian Football Supporters, Advertising, Film Directing.