



Strategi Komunikasi Persuasif Lewat Pemutaran Film Pendek Merdeka Belajar di Desa Duawutun Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata

Maurice Adela Lusiany Watu Due ^{1*}, Yulianto Ulu ², Farentino Paulka Keo ³, P. Yoseph Riang ⁴

¹⁻⁴ Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

Email : adeladue0@gmail.com ^{1*}, yuliantoulu03@gmail.com ², farenkeo04@gmail.com ³

Article History:

Received: Januari 03, 2025;

Revised: Januari 26, 2025;

Accepted: Februari 21, 2025;

Online Available: Februari 25, 2025;

Keywords: Persuasive

Communication, Short Film, Public Education

Abstract. Communication is an important interaction that plays a role in conveying messages effectively. One form of persuasive communication is the use of short films as an educational medium. This research was conducted in Duawutun Village, Lembata Regency, to educate the public about the importance of social media as a useful communication tool. The implementation method involved three stages: planning, preparation, and implementation, with a focus on screening short films with the theme of Merdeka Belajar. The results of the activity showed that short films are an effective tool for conveying educational messages, raising awareness, and motivating changes in attitudes. The use of rational action theory in this approach supports the success of persuasive communication. Short films that are emotional and relevant to the audience have been shown to influence perceptions and behavior, while providing insight into the concept of Merdeka Belajar-based education.

Abstrak

Komunikasi adalah interaksi penting yang berperan dalam menyampaikan pesan secara efektif. Salah satu bentuk komunikasi persuasif adalah penggunaan film pendek sebagai media edukasi. Penelitian ini dilakukan di Desa Duawutun, Kabupaten Lembata, untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya media sosial sebagai alat komunikasi yang bermanfaat. Metode pelaksanaan melibatkan tiga tahap: perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan, dengan fokus pada pemutaran film pendek bertema Merdeka Belajar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa film pendek adalah alat efektif untuk menyampaikan pesan edukasi, meningkatkan kesadaran, dan memotivasi perubahan sikap. Penggunaan teori aksi rasional dalam pendekatan ini mendukung keberhasilan komunikasi persuasif. Film pendek yang emosional dan relevan dengan audiens terbukti mampu memengaruhi persepsi dan perilaku, sekaligus memberikan wawasan tentang konsep pendidikan berbasis Merdeka Belajar.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Film Pendek, Edukasi Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk selalu berinteraksi antara satu sama lain, tanpa adanya interaksi yang biasa disebut sebagai komunikasi maka tidak ada yang namanya hubungan timbal balik. Untuk itu komunikasi sangat diperlukan agar dapat terlaksananya tujuan dari komunikasi tersebut yaitu tersampainya pesan yang akan disampaikan kepada orang yang kita tuju.

Komunikasi adalah suatu bentuk interaksi yang mendasar dan penting, Dalam proses komunikasi keberhasilan seorang komunikator adalah ketika dia menjadi orang lain secara tepat sebagaimana yang dibutuhkan untuk dapat menyampaikan pesan-pesan

tertentu. Disinilah seorang komunikator kemudian harus bisa bermain peran, menjadi aktor. Dalam ilmu komunikasi kita mengenal adanya komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audiens atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Selanjutnya berhasil tidaknya komunikasi tergantung dari bagaimana komunikator mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku komunikan (Hanafi et al., 2022).

Menurut Muh Ilyas, 2010 dalam kegiatan rutin di lingkungan masyarakat umumnya komunikasi persuasif sangat banyak digunakan, seperti iklan, ceramah, himbauan dan sebagainya. Dalam konteks komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) komunikasi persuasif juga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga alat utama yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif yaitu: sikap (*attitudes*), kepercayaan (*beliefs*), dan perilaku (*behaviors*). Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk merubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator (Briliant, 2024).

Komunikasi persuasif juga dapat dilakukan melalui berbagai cara. Salah satunya melalui pemutaran, dengan tujuan mempengaruhi audiens lewat pesan yang terkandung dalam film tersebut. Film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media yang mendidik, persuasif, dan informatif (Putri & Nurhajati, 2020). Film adalah jenis media komunikasi yang berasal dari produk komunikasi media massa yang populer. Film dapat menjadi alat untuk menyebarkan pengetahuan tentang kebudayaan, situasi sosial, politik, keindahan alam, dan keberagaman (Puspasari et al., 2020). Media film yang dilengkapi dengan tampilan suara dan gambar yang menarik membuat film juga dapat digunakan untuk sarana hiburan, edukasi dan informatif. Tampilan menarik yang ditawarkan melalui film adalah cara yang cukup mampu untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada penikmat film, sehingga penonton dapat memperoleh informasi yang ingin disampaikan oleh sutradara.

Cangara mengatakan bahwa film secara khusus adalah menampilkan gambar melalui layar lebar, tetapi penayangan yang lebih luas juga dapat dilakukan melalui televisi. Film, dengan daya visualnya dan audionya yang unik, sangat efektif sebagai media hiburan dan pendidikan. Selain itu, Wibowo mengatakan bahwa film dapat menyampaikan pesan melalui cerita kepada khalayak umum.

Ada berbagai jenis film yang sering di tayangkan di media massa. Salah satunya adalah film pendek. Film memiliki jenis menurut durasinya, yakni film pendek dan panjang. Film pendek mudah tersebar cepat melalui media online berkat teknologi informasi. Film pendek

adalah film berdurasi singkat dibawah 60 menit dengan cerita cenderung lebih pendek. Durasi film pendek membuat pencipta film spesifik dalam memilah materi setiap shot yang ditampilkan sehingga memiliki pesan yang cukup besar bila di tafsir penonton.

Di Kabupaten Lembata, terkhususnya di Desa Duawutun penggunaan media sosial masih menjadi media yang hanya digunakan untuk hal pribadi, masih banyak hal yang belum masyarakat desa tahu perihal media sosial. Salah satu yang perlu masyarakat tahu bahwa, media sosial yang mereka gunakan hanya untuk sebagai tempat berkomunikasi, maupun hanya sebagai media hiburan. Sedangkan, media sosial bisa sebagai media persuasif yang kuat dalam membentuk opini, mempengaruhi keputusan, dan mendorong tindakan audiens dalam skala besar.

Kurangnya fasilitas yang lengkap pada desa dan SDM yang masih rendah mampu menjadi faktor penyebab kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya media sosial. Masih banyak masyarakat yang menggunakan media sosial hanya untuk hal-hal negatif dan hal-hal yang kurang bermanfaat. Kurangnya fasilitas dari pemerintah desa juga bisa menjadi salah satu faktor penentu kurangnya perkembangan pada desa, masyarakat yang masih menganggap remeh setiap peralihan yang diberikan yang sebenarnya bisa menjadi salah satu usaha desa yang dapat membangun desa.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis melakukan sosialisasi ini dengan tujuan untuk memberikan edukasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya memahami tentang kegunaan media sosial melalui film agar masyarakat dengan kurangnya fasilitas dapat mengetahui perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan “Strategi Komunikasi Persuasif Lewat Pemutaran Film Pendek Merdeka Belajar Di Desa Duawutun Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata”. Dilakukan di Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, yang mana kegiatan ini menggunakan tiga (3) tahapan yaitu perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan:

1. Perencanaan

Untuk menyukseskan kegiatan yang akan dilakukan diperlukan perencanaan yang sangat matang. Dalam kegiatan sosialisasi ini perencanaan yang Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T). Proposal berisi rencana kegiatan, waktu dan tempat, serta materi yang akan disampaikan dalam sosialisasi.

2. Persiapan

Rangkaian persiapan pelaksanaan sosialisasi diawali dengan kegiatan rapat pleno program kerja bersama dengan aparat Desa Duawutun, dimana dalam pleno penulis memaparkan rencana program individu yang telah disusun dalam proposal. Setelah mendapat persetujuan dari kepala desa dalam rapat pleno persiapan dilanjutkan antara lain dengan pendekatan dan pengenalan diri kepada masyarakat desa Duawutun. Dalam pertemuan tersebut juga disepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

Gambar 1



Pleno presentasi program kerja bersama kepala desa Duawutun dan aparat desa

3. Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada hari Sabtu, 4 Agustus 2024, pukul 18.00 s/d 20.00 WITA. Bertempat di kantor desa Duawutun, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. Kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat desa Duawutun serta teman-teman mahasiswa peserta KKN-T. Dalam kegiatan sosialisasi ini materi dibawakan langsung oleh para penulis sebagai pembicara, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Materi yang dibawakan membahas tentang apa itu film dan makna dari film yang ditayangkan

Gambar 2



Kegiatan penayangan film dan nonton bersama masyarakat beserta anak-anak

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemateri menyampaikan materi secara langsung di kantor desa Duawutun. Adapun hasil dari kegiatan KKN-T ini adalah memberikan manfaat pentingnya seperti :

Komunikasi persuasif melalui pemutaran film pendek memiliki sejumlah manfaat penting, terutama dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat secara efektif. Berikut adalah beberapa manfaatnya:

1. Meningkatkan Kesadaran

Film pendek dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat tentang isu-isu tertentu, seperti kesehatan, lingkungan, atau hak asasi manusia. Pesan yang disampaikan secara visual lebih mudah dipahami dan diingat.

2. Menyentuh Emosi

Film memiliki kekuatan untuk membangkitkan emosi. Dengan mengemas pesan dalam cerita yang menyentuh, film pendek dapat memotivasi masyarakat untuk bertindak atau mengubah sikap mereka.

3. Menyampaikan Pesan dengan Cara Menarik

Dibandingkan metode komunikasi tradisional, film pendek lebih menarik karena menggunakan elemen visual, audio, dan narasi. Hal ini membantu menjaga perhatian audiens.

4. Menciptakan Identifikasi Diri

Melalui karakter atau cerita yang relevan, masyarakat dapat merasa terhubung dengan pesan yang disampaikan. Hal ini mendorong penerimaan pesan secara lebih personal.

Tabel 1. Jumlah Peserta Sosialisasi di Kantor Desa Duawutun

No	Nama Peserta	Jumlah Peserta
1.	Anak-anak	15
2.	Masyarakat	10
3.	Mahasiswa KKN-T	13
	Total	38 orang

Pada tanggal 4 Agustus 2024, kegiatan sosialisasi kepada para masyarakat di desa Duawutun, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. Kegiatan sosialisasi ini memberikan pemahaman tentang film kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi melalui komunikasi persuasif menggunakan media film pendek dengan tema Merdeka Belajar di Desa Duawutun merupakan langkah yang strategis untuk menyampaikan pesan pendidikan kepada masyarakat. Efektivitas penggunaan film pendek sebagai media untuk komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks sosialisasi pesan pendidikan. Film pendek merupakan alat komunikasi persuasif yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan edukasi dan mengubah persepsi audiens. Film pendek mampu menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih menarik, serta menyampaikan pesan secara langsung dan mudah dipahami. Ini sangat penting, terutama ketika audiens memiliki latar belakang yang berbeda dalam pemahaman tentang topik tertentu, seperti Merdeka Belajar.

Teori Persuasi: Dalam konteks ini, teori komunikasi persuasif yang digunakan adalah Teori Aksi Rasional (*Theory of Reasoned Action*), yang menyatakan bahwa perubahan sikap dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Melalui film, peserta tidak hanya memahami konsep Merdeka Belajar, tetapi juga termotivasi untuk mengubah cara mereka mendidik dan mendukung proses belajar anak-anak mereka.

Visualisasi Pesan: Film pendek dengan narasi yang kuat dapat memvisualisasikan pesan secara lebih nyata, memungkinkan audiens untuk lebih mudah merasakan dan memahami pesan tersebut. Dalam hal ini, film memberikan gambaran nyata tentang penerapan Merdeka Belajar yang menginspirasi audiens untuk mengikuti jejak karakter dalam film.

Gambar 3



Poster film

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwasannya Komunikasi persuasif melalui film pendek terbukti menjadi metode yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan edukasi, khususnya dalam topik Merdeka Belajar. Film pendek tidak hanya membantu audiens memahami konsep yang kompleks tetapi juga dapat mengubah sikap mereka terhadap pendidikan. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan jelas dan dapat diterima dengan mudah oleh audiens.

1. Efektivitas Film Pendek dalam Komunikasi Persuasif

Film pendek merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan persuasif karena durasinya singkat, padat, dan emosional. Pesan yang disampaikan dapat dengan mudah menjangkau audiens dalam waktu yang relatif singkat.

2. Penggunaan Elemen Visual dan Naratif

Film pendek memanfaatkan elemen visual, seperti pencahayaan, ekspresi, dan warna, serta narasi cerita yang relevan dengan audiens. Kombinasi ini mampu menarik perhatian dan memengaruhi emosi, sehingga meningkatkan penerimaan pesan persuasif.

3. Pentingnya Relevansi dengan Target Audiens

Keberhasilan komunikasi persuasif melalui film pendek sangat bergantung pada seberapa relevan cerita dan pesan yang disampaikan dengan pengalaman, nilai, dan

kebutuhan audiens. Pesan yang personal dan kontekstual memiliki daya persuasi yang lebih tinggi.

4. Pengaruh Emosi dalam Pesan Persuasif

Film pendek yang memanfaatkan emosi seperti kebahagiaan, kesedihan, atau rasa simpati cenderung lebih efektif dalam memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Elemen emosional menciptakan keterikatan yang kuat dengan pesan.

5. Keterbatasan Durasi sebagai Keunggulan

Durasi yang singkat memaksa pembuat film untuk fokus pada inti pesan, menjadikan komunikasi lebih efisien. Hal ini juga mengurangi kemungkinan audiens kehilangan minat atau perhatian.

DAFTAR PUSTAKA

- Briliant, A. (2024). *Komunikasi Persuasif Pengurus Yayasan Hubbul Wathan Kepada Domatur Beasiswa Guguk Tabek Sarajo*. 2(5), 1–23.
- Hanafi, R., Jannah, D. D. U., Hidayah, F. N., & Isnaini, R. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif antara Da'i Dan Mad'u Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. In *International Journal of Islamic Communication* (Vol. 1).
- I. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mengembangkan Kompetensi Pedagogik Guru. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 97-105.
- Puspasari, C., Masriadi, M., & Yani, R. (2020). Representasi Budaya Dalam Film Salawaku. *Jurnal Jurnalisme*, 9(1), 18. <https://doi.org/10.29103/jj.v9i1.3097>
- Putri, A., & Nurhajati, L. (2020). Representasi perempuan dalam kukungan tradisi Jawa pada film Kartini karya Hanung Bramantyo. *ProTVF*, 4(1), 42. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i1.24008>
- Rahma, M., Yulis, E., Pratiwi, N., Susanto, R., Syofyan, H., Keguruan, F., & Pendidikan,