

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KATO NAN AMPEK MINANGKABAU DALAM BENTUK AUDIO VISUAL

Wedho Imazhona ¹⁾, Dr. Robby Usman, S.Ds., M.Sn ²⁾, Dr. Widia Marta, S.Ds., M.Sn ³⁾

Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Email : imazhona@gmail.com

Abstrak

Minangkabau language is the language of unity between one Nagari and another. Kato nan ampek is a speech that has been passed down from generation to generation naturally, Kato nan ampek is a polite speech that regulates Minangkabau people in getting along both in a Nagari and with other Nagari in Minangkabau, West Sumatra. The rapid development of the times has resulted in the existence of kato nan ampek fading due to the pronunciation of the Minang language which is not in accordance with the actual provisions and application, coupled with the trend of new languages due to the influence of foreign cultures which causes a lack of public awareness to preserve kato nan ampek, this is also due to the lack of education regarding kato nan ampek, both from learning at school and outside of school, the qualitative method makes a research method in this design to obtain valid data. A short film that educates about kato nan ampek and the moral education in it is the basis for this design. It is hoped that with this short film, people will remember the importance of using kato nan ampek, especially for the younger generation so that the younger generation will get a good moral education again.

Keywords: Iklan Layanan Masyarakat, Kato Nan Ampek, Audio Visual, Culture rules, Minangkabau.

PENDAHULUAN

Bahasa Minangkabau merupakan bahasa persatuan antara suatu nagari dengan nagari lainnya, dalam adat Minangkabau *Kato nan ampek* merupakan tutur bahasa yang di turunkan secara turun-temurun secara alamiah, *Kato nan ampek* merupakan tutur bahasa sopan santun yang mengatur masyarakat Minangkabau dalam bergaul baik dalam suatu nagari maupun dengan nagari yang lainnya. *Kato nan ampek* yang dimaksud disini adalah suatu sikap dan kebudayaan Minang yang juga merupakan norma penting dalam kehidupan masyarakat, menjelaskan tentang tatanan berbicara masyarakat Minang yang dianjurkan dalam adat Minangkabau. Menurut Buya Mas’oed Abidin seorang ulama dan tokoh adat Sumatera Barat menyatakan bahwa Tau jo Nan Ampek artinya tau dengan filsafah Minang tentang budaya lokal yang harus diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan menurut M. Nasroen adat Minangkabau merupakan suatu sistem pandangan hidup yang kekal serta aktual (Soekanto, 2023:9)

Ada empat langgam kata dalam bahasa Minangkabau, yaitu: 1) kato *mandaki*, yaitu bahasa yang digunakan orang yang status sosialnya lebih rendah dari lawan bicara; 2) kato *manurun*, yaitu bahasa yang digunakan orang yang statusnya lebih tinggi dari lawan bicara; 3) kato *malereang*, yaitu bahasa yang digunakan orang yang posisinya sama, yang saling menyegani; 4) kato *mandata*, yaitu bahasa yang digunakan di antara orang yang status sosialnya sama dan hubungannya akrab (Navis, A.A, 2024:4).

Terlepas dari itu semua, perkembangan zaman yang begitu pesat mengakibatkan keberadaan *kato nan ampek* tersebut memudar dikarenakan pengucapan bahasa minang yang

tidak sesuai dengan ketentuan dan penerapan sebenarnya, ditambah dengan *trend* bahasa baru karena pengaruh dari budaya asing yang menyebabkan kurangnya kesadaran masyarakat untuk melestarikan *kato nan ampek*, hal ini juga disebabkan oleh kurangnya edukasi terkait *kato nan ampek*, baik dari pembelajaran di sekolah ataupun di luar sekolah,

Berdasarkan penjabaran masalah di atas perancang bertujuan untuk membuat rancangan iklan layanan masyarakat tentang *kato nan ampek* di Minangkabau dalam bentuk audio visual, sebagai upaya agar *kato nan ampek* dapat terjaga dan di lestarikan karena termasuk salah satu budaya dan aturan di Minangkabau. Agar generasi muda kembali menerapkan aturan adat *kato nan ampek* kepada lingkup masyarakat yang saat ini sudah mulai pudar, Sehingga cara yang di rasa tepat digunakan adalah dengan membuat media berupa *audio visual*, sesuai dengan kebiasaan generasi muda sekarang, yang cenderung belajar dengan mengamati visual dibandingkan dengan cara membaca atau mendengarkan. sebagai solusi permasalahan mulai pudarnya *kato nan ampek* terhadap generasi muda dan masyarakat Minangkabau.

METODE PERANCANGAN

1) Data Verbal

a) Observasi

Melakukan kunjungan langsung ke tempat perkumpulan anak muda / remaja perancangan dalam hal ini yaitu melakukan survei ke beberapa koresponden untuk mendapatkan data – data yang akurat tentang fenomena yang terjadi, termasuk memperhatikan bagaimana cara berkomunikasi sesama masyarakat di Minangkabau.

b) Wawancara

Wawancara salah satu panduan yang paling biasa digunakan dalam mengumpulkan data perancangan. Wawancara adalah proses yang penting dalam melaksanakan suatu perancangan khususnya dalam perancangan bersifat *kualitatif* atau pengabaran suatu objek secara jelas.

Data yang diperoleh berkaitan tentang mudarnya penggunaan *kato nan ampek* di Minangkabau, Bapak Kudri Malin Batuah menjelaskan bahwa pada saat sekarang ini generasi muda sudah lebih sering menggunakan bahasa yang telah dimodifikasi oleh perkembangan zaman, termasuk dari etika dan tata cara berbahasa yang sudah mulai hilang

2) Strategi Komunikasi

Pendekatan kreatif merupakan suatu cara berpikir dan bertindak yang menekankan pada inovasi dan orisinalitas dalam menciptakan solusi, ide, atau produk baru.

a) Geografis, : secara geografis target audiece adalah masyarakat yang berasal dari Minangkabau dan di luar Minangkabau.

b) Demografis,

Usia	13-60 Tahun
Jenis Kelamin	Semua Golongan
Kelas Sosial	Semua kelas

Tabel 1: Demografis Target Audience

(Sumber: Penulis, 2024)

- c) Psikografis, target audience dari segmen ini mencakup pada orang-orang yang mulai lupa dengan *kato nan ampek* serta penerapannya.
- 3) Strategi Kreatif
- Strategi kreatif dalam perancangan Iklan layanan masyarakat *kato nan ampek* minangkabau dalam bentuk audio visual melewati beberapa tahapan yaitu:
- a) Tahap Pra Produksi
Dalam tahap pra produksi penulis menetapkan cerita yang akan dibuat dalam bentuk *storyline* dan *storyboard*, cerita tersebut akan lebih mudah dipahami dan dijelaskan dalam bentuk gambar dan kata-kata, dan membaginya menjadi bagian yang lebih detail.
 - b) Produksi
Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar di Ruang Tamu, Kamar Rumah, Bandar Buat, Kec. Lubuk Kilangan, Kota Padang.
 - c) Tahap pasca produksi
dalam perancangan iklan layanan masyarakat *kato nan ampek* minangkabau dalam bentuk audio visual ini adalah editing dan beberapa langkah dalam pengeditan media utama perancangan iklan layanan masyarakat. Mastering atau render, merupakan proses terakhir dalam pembuatan iklan ini dengan hasil akhir berupa video.
- 4) tujuan kreatif
- Tujuan kreatif yang dikembangkan dari perancangan *audio visual* iklan layanan masyarakat *kato nan ampek* ini adalah upaya untuk memperkenalkan kembali *kato nan ampek* ini kepada masyarakat Minangkabau dan di luar Minangkabau.
- Pentingnya aturan *kato nan ampek* karena memiliki banyak manfaat, oleh karena itu perancangan *audio visual* iklan layanan masyarakat *kato nan ampek* ini dikemas secara menarik, namun tidak mengurangi informasi yang akan disampaikan melalui media tentang iklan layanan masyarakat *kato nan ampek* ini.

HASIL DAN DISKUSI

1. Konsep Perancangan

Dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat *kato nan ampek* ini ada beberapa unsur yang digunakan, meliputi gambar, suara, teks, soundeffect dan musik yang digabungkan untuk menciptakan suatu kesatuan yang menarik tidak kaku dan mudah dipahami oleh audience. Berikut konsep verbal dan dan visual yang akan digunakan.

a) Konsep Verbal

Dalam perancangan *audio visual* ini nantinya akan lebih menitik beratkan pada akting, pemakain narasi dan dialog dari aktor, sehingga akan lebih mudah dan cepat dipahami oleh target audience. Karena dalam filmnya aktor menggunakan bahasa lokal (minang) maka dibuat teks berbahasa Indonesia, agar maksud dan tujuan yang disampaikan dapat dimengerti.

b) Konsep Visual

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat kato nan ampek memiliki konsep menceritakan seorang talent sedang melamun, lalu seorang abang datang menepuk bahu talent dan menanyakan apa yang terjadi, talent merasa sedih dan menceritakan kegiatannya sehari-hari.

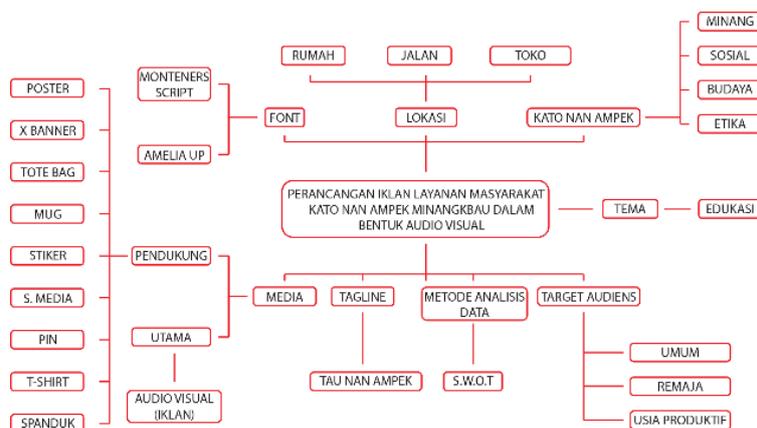
Dibagian kedua memperlihatkan talent keluar dari rumah sambil teringat percakapan nya dengan ibu, dia merasa kesal dan pergi meninggalkan rumah.

Dibagian ketiga talent bertemu dengan orang asing yang menanyakan alamat, talent mengarahkan nya, setelah orang asing tersebut menanyakan detail alamatnya talent menjawab dengan nada kesal.

Dibagian keempat memperlihatkan talent merebut kursi adik-adik yang telah dahulu didapatkannya secara paksa, tidak berselang lama adik tersebut kesal dan pergi meninggalkan lokasi.

Dibagian kelima talent bertemu dengan teman sebayanya untuk sekedar basa-basi, merasa haus talent meminta minum teman nya dan langsung menghabiskan minuman tersebut, teman merasa kesal dan menanyakan maksud dari talent, talent menjawab dengan tidak sopan hingga membuatnya tersinggung, dan pada akhirnya teman itu langsung pergi.

Dibagian keenam kembali ke scene awal setelah talent memberi tahu apa yang telah dilakukannya, abang langsung menepuk pundak talent dan menasehatinya mengenai kato nan ampek. BrainStorming



Bagan 1: Brainstorming

(Sumber: Wedho Imazhona, 2024)

2. Pra-Produksi

a) Storyline

Storyline adalah kerangka dasar yang akan digunakan dalam video ini.

b) Storyboard

c) Survey lokasi

Survey lokasi dilakukan di area Kota Padang, menyesuaikan dengan kebutuhan visual yang sudah perancang rancang pada storyboard maka lokasi yang dibutuhkan antara lain beberapa daerah di rumah, toko dan taman.

d) Shooting script

e) Shooting schedule

3. Produksi

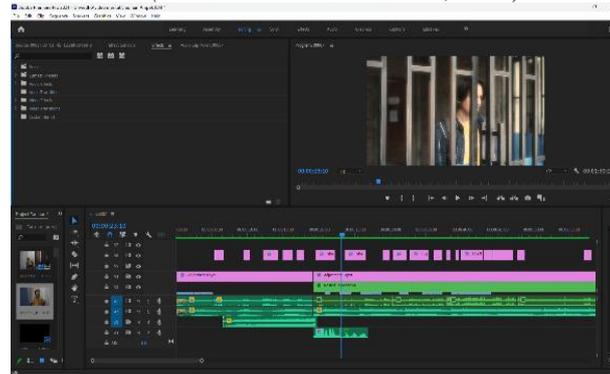
Dalam tahap produksi dilakukan pengambilan gambar di Ruang Tamu, Kamar Rumah, Bandar Buat, Kec. Lubuk Kilangan, Kota Padang. Pasca Produksi

a) Ada beberapa langkah dalam melakukan pengeditan perancangan media utama Iklan layanan masyarakat kato nan ampek, antara lain:

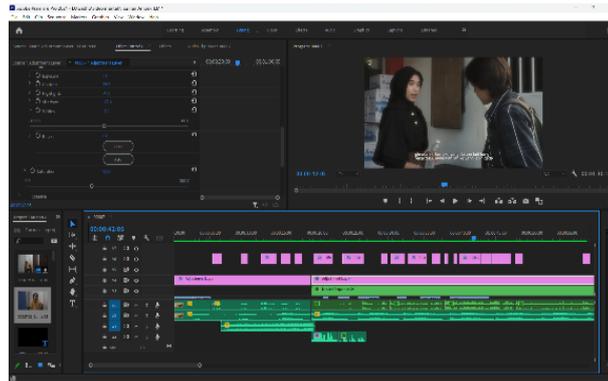
1. Capture, merupakan proses pemindahan gambar yang telah direkam dengan kamera ke computer PC. Pemindahan data video dikelompokkan sesuai dengan storyboard agar mempermudah dalam pengeditan.
2. Editing video, merupakan pengolahan gambar setelah di pindahkan ke komputer, proses pengeolahan video dilakukan menggunakan software adobe premiere pro



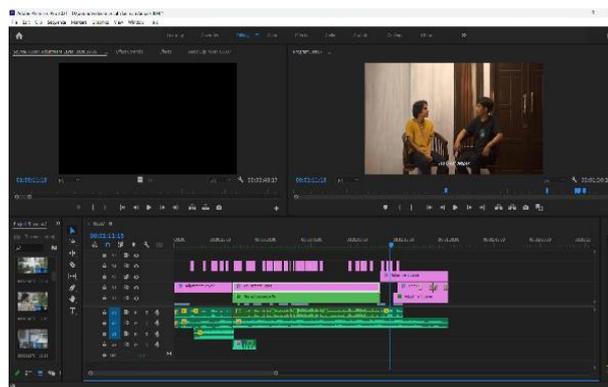
*Gambar 19 Proses Editing 1
(Sumber :Wedho Imazhona, 2024)*



*Gambar 20 Proses Editing 2
(Sumber :Wedho Imazhona, 2024)*



*Gambar 21 Proses Editing 3
(Sumber :Wedho Imazhona, 2024)*



*Gambar 22 Proses Editing 4
(Sumber :Wedho Imazhona, 2024)*

4. Mastering dan rendering

proses akhir dari pembuatan Iklan layanan masyarakat kato nan ampek menjadi format yang bisa dijalankan di media player. Setelah dilakukan pemindahan dan gambar ke komputer. Proses pengeditan menggunakan software adobe premiere pro kemudian gambar di edit dan dipotong-potong untuk dirangkai menjadi satu video yang utuh dan menarik.

5. Final Desain

a) Media Utama



Gambar 14 Scene 1
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)



Gambar 15 Scene 2
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)



Gambar 16 Scene 3
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)



Gambar 17 Scene 4
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)



Gambar 18 Scene 5
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)



Gambar 19 Scene 6
(Sumber : Wedho Imazhona, 2024)

b) Media Pendukung

Media pendukung dirancang untuk mendukung perancangan media utama. Media pendukung yang akan di rancang untuk membantu media utama dalam memenuhi tujuan adalah:

- Spanduk
Ukuran : 200 cm x 100 cm
Material : *Flexy*
Warna :Menyesuaikan dengan warna foto & desain
Teknis Media : *Print Out*
- Poster
Ukuran: 21 cm x 29,7 cm
Material : *Art Paper*
Warna :Menyesuaikan dengan warna foto & desain.
Teknis Media : *Print Out*
- Kaos, Pemilihan t-shirt juga disebabkan karena t-shirt mampu menjangkau khalayak sasaran yang heterogen, t-shirt dapat bertahan lama dan dapat dipakai kapan saja dan dimana saja.
- Stiker, Merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. Bisa ditempel dimana saja.
- *Mug*, merupakan salah satu media yang dibutuhkan sebagai media pendukung, dimana memiliki fungsi sebagai *souvenir*.
- *X-Banner*, *X-Banner* adalah media yang sangat dibutuhkan sebagai media pomosi yang baik karena didalamnya terdapat bentuk dan info dari produk.
- Pin, merupakan salah satu media yang dibutuhkan sebagai media pendukung, dimana memiliki fungsi sebagai *souvenir*.
- *Tote Bag*, merupakan salah satu media yang dibutuhkan sebagai media pendukung, dimana memiliki fungsi sebagai *souvenir*.

KESIMPULAN

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat *Kato nan Ampek* Minangkabau Dalam Bentuk *Audio visual* memberikan edukasi kepada Masyarakat terutama generasi muda untuk dapat memahami dan mengingat kembali aturan adat Minangkabau. Pada *audio visual* ini, target *audience* diajak lebih peduli dengan aturan adat yang sudah mulai pudar.

Proses Perancangan Iklan Layanan Masyarakat *Kato nan Ampek* Minangkabau Dalam Bentuk *Audio visual* adalah mengidentifikasi masalah, menentukan batasan dan membuat rumusan masalah. Dengan hasil membuat Perancangan Iklan Layanan Masyarakat *Kato nan Ampek* Minangkabau Dalam Bentuk *Audio visual* untuk mengingatkan kembali tentang *kato nan ampek*. Media yang diperlukan untuk mendukung dalam bentuk Audio Visual berupa media informasi sebagai identitas visual serta media komunikasi visual. Maka diharapkan bentuk Perancangan Iklan Layanan Masyarakat *Kato nan Ampek* Minangkabau Dalam Bentuk *Audio visual* ini dapat mengingatkan kembali masyarakat terutama generasi muda untuk menerapkan aturan adat *kato nan ampek* Minangkabau.

BIBLIOGRAFI

Fajria, R., & Fitriasia, A. (2024). Tinjauan Literatur Falsafah Adat Minangkabau: Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah. *Journal of Education Research*, 5(2), 1811-1816.

Hayati, F. W., Rahmi, A., Iswantir, M., & Jasmienti, J. (2023). Peran Ninik Mamak Dalam Membimbing Perilaku Remaja Putus Sekolah di Jorong Durian Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4489-4496.

Drs. Zulkarnaini. 1994. *Minangkabau Ranah nan Elok*. Bukittinggi: Usaha Ikhlas

Efrianto, E., & Afnita, A. (2019). *The politeness of bungo pasang language using*

Kato Nan Ampek in Minangkabau. *Jurnal Kata: Penelitian tentang Ilmu Bahasa dan Sastra*, 3(1), 58-75.

Jurnal Bahasa dan Sastra: Pronomia Dalam Langgam Kato nan ampek Dalam Kaba Klasik Minangkabau

Khairiah, V. L., & Silvianetri, S. (2022). *Penerapan Kato Nan Ampek Dalam*

ProsesKonseling Oleh Seorang Konselor Di Sumatera Barat. Al-Isyraq: *Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 5(1), 1-8.

MLI Cabang Untirta dan HISKI Banten. Volume 1 Nomor 1 April 2016 *Jurnal*

Membaca Bahasa dan Sastra

Rita, Y., & Handrianto, C. (2020). *Strategi Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw*

dalam Penerapan Nilai-Nilai Kato Nan Ampek Pada Program Paket C. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 7(1), 1-14.

Santoso, H. (2015). *Upaya meningkatkan minat dan budaya membaca buku melalui iklan layanan masyarakat*. Universitas Negeri Malang.

Setiawan, A. (2015). *Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Tinjauan*

Perancangan ILM Karya Mahasiswa DKV UDINUS). ANDHARUPA: *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(01), 17-32.

Soerjono Soekanto. 2010. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers; Raja



Grafindo Persada.

Zamris Dt. R. Sigoto. 2003. *Budaya Alam Minangkabau*. Padang: Jasa Surya

Wahyuningsih, S., & Sos, S. (2015). *Komunikasi visual*.

Lesmana, M. *Memahami Budaya Secara Sederhana*.