

Gaya Penyutradaraan Realisme dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Penggunaan Air Bersih pada Perumda Tirta Pakuan

Muhammad Naufal Fadhlurrahman¹, Rici Tri Harpin Pranata², Tasya Camila Hamdani³

^{1,2,3} Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

Email: naufalfadhlurrahman@apps.ipb.ac.id¹, ricitriha@apps.ipb.ac.id²,
tasyahmdn@apps.ipb.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi gaya penyutradaraan realisme dalam pembuatan iklan layanan masyarakat (ILM) yang diproduksi oleh PERUMDA Tirta Pakuan, khususnya terkait edukasi penggunaan air bersih. Metode yang digunakan adalah partisipatif dalam proses produksi. Gaya realisme diimplementasikan melalui penggunaan lokasi syuting asli di lingkungan warga, pemeran non-profesional dari kalangan masyarakat, serta dialog natural tanpa skenario baku. Teknik sinematografi seperti kamera *handheld*, *medium shot*, dan *long shot* digunakan untuk mendukung kesan dokumenter dan keaslian visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan realisme efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan penonton dan meningkatkan daya serap pesan edukatif. Meski menghadapi tantangan teknis, pendekatan ini terbukti mampu menyampaikan pesan secara menyentuh, komunikatif, dan mudah diterima oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: *Air Bersih, Gaya Penyutradaraan, Iklan Layanan Masyarakat, PERUMDA Tirta Pakuan, Realisme.*

Realism Directing Style in Making Public Service Advertisements on Clean Water Use at Perumda Tirta Pakuan

Abstract

This research aims to describe the implementation of the realism directing style in the production of public service advertisements (PSA) produced by PERUMDA Tirta Pakuan, particularly related to education on the use of clean water. The method used is participatory in the production process. The realism style is implemented through the use of original shooting locations in the community, non-professional actors from the local population, and natural dialogue without a fixed script. Cinematography techniques such as handheld camera, medium shot, and long shot are used to support a documentary feel and visual authenticity. The results of the research show that the realism approach is effective in building emotional closeness with the audience and enhancing the absorption of educational messages. Despite facing technical challenges, this approach has proven capable of conveying messages in a touching, communicative, and easily accepted manner by the wider community.

Keywords: *Clean Water, Directing Style, Public Service Advertisement, PERUMDA Tirta Pakuan, Realism.*

PENDAHULUAN

Air bersih termasuk kebutuhan dasar manusia yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Air merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia, karena air ini sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari kebutuhan untuk mandi, mencuci, bahkan memasak dan minum (Syabil *et al.*, 2022). Air bersih menjadi air yang dapat digunakan untuk kehidupan sehari-hari, asalkan memenuhi standar yang telah ditetapkan dan mengalami perebusan sebelum dikonsumsi (Djana, 2023). Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan, sebagai perusahaan daerah yang bergerak di bidang penyediaan air bersih, memiliki tanggung jawab dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menjaga ketersediaan air.

Banyak daerah yang mengalami kekurangan sumber daya air bersih karena kuantitas air tanahnya yang sedikit atau kualitas air tanah nya yang kurang baik. Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Bogor Sedikitnya sembilan kecamatan telah dilaporkan mengalami krisis air bersih, antara lain Leuwiliang, Jonggol, Cisarua, Pamijahan, Babakan Madang, Leuwisadeng, Tanjungsari, Jasinga, dan Gunung Putri. Krisis ini dipicu oleh menurunnya intensitas hujan yang menyebabkan sumur-sumur warga mengering. Mempertimbangkan permasalahan lingkungan serta kebutuhan akan pelestarian sumber daya air, pembangunan fasilitas untuk menampung air hujan menjadi suatu langkah yang penting. Air hujan yang ditampung dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan sehari-hari, bahkan berpotensi digunakan sebagai air minum. Memastikan kualitasnya aman untuk dikonsumsi dan tidak membahayakan kesehatan, diperlukan teknologi pengolahan air, salah satunya dengan menggunakan alat filtrasi sederhana (Budiman *et al.*, 2023). Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan sebagai penyedia layanan air bersih memiliki tanggung jawab untuk memastikan masyarakat memahami pentingnya penggunaan air bersih secara efisien dan bertanggung jawab oleh karena itu alasan mengapa penulis memilih PERUMDA Tirta pakuan sebagai mitra. Salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan pesan edukasi ini adalah melalui media iklan.

Iklan menjadi hal penting dalam memasarkan produk atau jasa. Iklan yang disampaikan dengan baik, produk atau jasa yang dimiliki perusahaan bisa dikenali oleh calon konsumen. Iklan adalah sebuah alat promosi yang ampuh dalam menawarkan produk dan jasa. Iklan dapat juga disebut sebagai alat komunikasi antara produsen dan konsumen dalam rangka melakukan pemasaran (Pintoko, 2022). Iklan memiliki berbagai jenis, salah satunya adalah iklan layanan masyarakat. Iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial (Yunita & Pratiwi, 2021).

Pembuatan suatu iklan tentu saja membutuhkan sutradara untuk mengatur semua aspek kreatif dalam produksi. Sutradara adalah orang yang menetapkan visi kreatif untuk film tersebut, mengawasi keputusan dan plot kreatif film tersebut, mengarahkan bakat (artis, artis latar belakang, pengisi suara, penyuntingan dan efek khusus), dan mengarahkan film tersebut (Fadhillah & Tahapari, 2023). Gaya penyutradaraan menjadi elemen krusial yang menentukan efektivitas penyampaian pesan. Salah satu gaya penyutradaraan adalah gaya pendekatan realisme. Gaya pendekatan realisme adalah sistem pengungkapan, proses penyusunan kisah yang cenderung memunculkan lebih banyak realitas di atas layar. Peristiwa yang sama, objek yang sama mungkin ditampilkan secara berbeda. Setiap tampilan menyingkirkan atau mempertahankan beberapa diantara kualitas objek, sehingga

kita mengenalinya kembali di atas layer (Amanda & Manesah, 2024). Pembuatan ILM tentang penggunaan air bersih oleh PERUMDA Tirta Pakuan, dengan menerapkan gaya penyutradaraan realisme menjadi strategi utama dalam membangun kesadaran masyarakat. Melalui visualisasi kehidupan nyata dan penggunaan karakter yang merepresentasikan masyarakat umum, diharapkan pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dan memberikan dampak yang lebih signifikan.

Pembuatan iklan layanan masyarakat yang akan dilakukan oleh penulis bekerja sama dengan PERUMDA tirta pakuan diharapkan dapat membuat kesadaran masyarakat tentang air bersih menjadi lebih tinggi. Dalam pengadaan kebutuhan air bersih untuk masyarakat kota Bogor ini merupakan salah satu wewenang dari PERUMDA Tirta Pakuan Kota Bogor. Sekarang, yang mengelola keperluan air bersih bagi rumah tangga serta industri di wilayah Bogor ialah PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor serta telah mengalami perubahan di tahun 2019 didasarkan Perda Kota Bogor No 21 Tahun 2019 terkait PERUMDA air Minum Tirta Pakuan Kota Bogor (Anisa *et al.*, 2024).

Permasalahan dan tujuan proyek akhir ini adalah bagaimana implementasi gaya penyutradaraan realisme pada pembuatan iklan edukasi penggunaan air bersih di Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan. Ruang lingkup proyek akhir pembuatan iklan layanan masyarakat terkait edukasi penggunaan air di Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) Tirta Pakuan ini difokuskan pada bagaimana strategi sutradara dalam pembuatan iklan layanan masyarakat serta pengimplementasian gaya penyutradaraan realisme selama proses dari pra sampai pasca produksi.

METODE

Pelaksanaan produksi proyek akhir berupa Iklan Edukasi tentang Penggunaan Air Bersih berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, yakni dari Februari hingga Mei 2025. Kegiatan ini dilakukan di Kantor PERUMDA Tirta Pakuan Kota Bogor, yang berlokasi di Jl. Siliwangi 16142, Bogor Timur. Proses produksi tidak dilakukan setiap hari, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan, seperti pengambilan data saat proses *shooting*, diskusi, serta berbagai aktivitas terkait lainnya.

Proyek akhir di PERUMDA Tirta Pakuan mencakup pembuatan tiga video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang berfokus pada edukasi mengenai penggunaan air bersih, dengan durasi masing-masing sekitar 2-3 menit. Dalam proses produksinya, proses ini menggunakan gaya penyutradaraan realisme. Pendekatan ini bertujuan menciptakan kesan yang lebih alami dan mendekati pengalaman sehari-hari. Dengan menggunakan realisme, penonton dapat lebih mudah terhubung dengan cerita yang disajikan. Selain itu, teknik ini juga memungkinkan penonton merasakan pengalaman yang lebih autentik saat menonton sebuah film (Prasetyo *et al.*, 2022). Pelaksanaan proyek ini didasari oleh diskusi perencanaan awal, yang menekankan pentingnya iklan layanan masyarakat sebagai sarana edukasi, sosialisasi, dan promosi dalam meningkatkan kesadaran akan penggunaan air bersih.

Pemilihan alat dan bahan yang tepat sangat penting untuk mendukung proses produksi agar berjalan dengan efektif dan menghasilkan kualitas visual yang sesuai dengan konsep realisme yang diusung. Alat yang digunakan selama proses dari pra sampai pasca produksi adalah kamera, tripod, drone, *stabilizer*, *clip on*, *tablet*, *lighting*, *memory card*. Pembuatan iklan layanan masyarakat ini tentu saja ada prosedur kerja. Prosedur kerja

diambil dari metode MDLC (Hawari & Putra, 2022). Metode ini terbagi menjadi 3 bagian tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

Pra-produksi merupakan tahap awal dalam proses produksi yang melibatkan berbagai kegiatan persiapan sebelum proses *shooting* dimulai. Pada tahap ini dilakukan perencanaan secara menyeluruh untuk memastikan produksi berjalan lancar dan sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Beberapa aspek penting dalam tahap ini meliputi penyusunan skenario, pemilihan lokasi, *casting*, penyusunan jadwal produksi, serta persiapan peralatan yang dibutuhkan. Tahapan ini sangat krusial karena keberhasilan produksi sangat bergantung pada kesiapan awal yang matang. Perencanaan yang baik dalam pra-produksi dapat mengurangi hambatan selama proses produksi, sehingga hasil akhir dapat sesuai dengan visi kreatif yang telah dirancang.

Setelah pra-produksi, tahap berikutnya adalah produksi, yaitu pelaksanaan dari semua rencana yang telah dipersiapkan. Pada tahap ini, proses pengambilan gambar, perekaman suara, dan seluruh aspek teknis lainnya dilakukan oleh tim produksi sesuai dengan konsep dan *story board* yang telah disusun. Koordinasi antar anggota tim sangat dibutuhkan agar proses berjalan efektif dan efisien. Tahap terakhir adalah pasca-produksi, yaitu proses penyuntingan dan peninjauan hasil akhir video untuk memastikan kesesuaian dengan konsep awal. Setelah video dinyatakan selesai, langkah selanjutnya adalah mendistribusikannya ke berbagai platform, seperti media sosial PERUMDA Tirta Pakuan, Halte, serta dalam bus Trans Pakuan Kota Bogor.

Proyek ini menghasilkan output tiga video iklan layanan masyarakat dengan satu tema utama, yaitu edukasi mengenai pentingnya air bersih di PERUMDA Tirta Pakuan Kota Bogor. Iklan yang pertama berjenis sosialisasi dengan judul "Penggunaan air bersih yang cukup dapat mencegah stunting di Kota Bogor" dengan durasi 2-3 menit, iklan yang kedua berjenis promosi dengan judul "Pentingnya penggunaan air bersih dalam aktivitas sehari-hari" dengan durasi 2-3 menit, untuk video yang terakhir berjenis edukasi dengan judul "Mengapa air PDAM dikatakan sebagai Air bersih" dengan durasi 2-3 menit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Sutradara dalam Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat di PERUMDA Tirta Pakuan

Peran sutradara sangat krusial dalam produksi video iklan layanan masyarakat (ILM) di PERUMDA Tirta Pakuan, khususnya dalam menyampaikan pesan edukatif dan persuasif secara tepat kepada masyarakat. Sutradara merupakan orang yang memimpin jalannya suatu produksi baik film, iklan, konten, pertunjukan, maupun hal lain yang berhubungan dengan audio visual guna untuk mengarahkan pengambilan gambar meliputi segala unsur kreatif dengan mengkoordinasikan kepada *talent*, *crew*, dan seluruh pendukung produksi (Naufal, 2023).

Proses dimulai dari tahap pengembangan konsep, di mana sutradara berkolaborasi dengan tim kreatif dan pihak perusahaan untuk merumuskan tema inti, menentukan pesan yang ingin disampaikan, menetapkan sasaran audiens, serta memilih pendekatan visual yang sesuai. Umumnya, tema yang diangkat mencakup isu-isu penting seperti pencegahan stunting melalui air bersih, Pentingnya penggunaan air bersih dalam aktivitas sehari-hari, menjelaskan mengapa air PDAM air bersih. Pada tahap ini, strategi sutradara berfokus pada

penggunaan alur cerita yang sederhana namun kuat secara makna, serta gaya visual yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Tahap berikutnya yang tak kalah penting adalah penyusunan skenario dan *story board*, yang berfungsi untuk mengubah gagasan abstrak menjadi bentuk visual yang nyata. Sutradara memimpin proses penulisan skenario dengan pendekatan yang menyentuh sisi emosional serta mencerminkan realitas kehidupan masyarakat sehari-hari. Pemilihan karakter dalam cerita disesuaikan dengan figur yang akrab bagi penonton, agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima. Jalan cerita disusun secara ringkas dan padat, menghadirkan konflik ringan yang diakhiri dengan penyelesaian yang jelas, sehingga pesan moral dapat tersampaikan dengan tegas. Di samping itu, *story board* disiapkan sebagai acuan visual yang membantu menjaga kelancaran dan ketepatan selama proses produksi berlangsung.

Dalam tahap produksi, strategi sutradara menitikberatkan pada aspek teknis dan artistik. Pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan kondisi nyata masyarakat, sementara pengarahan akting difokuskan agar penampilan para pemeran terlihat natural. Teknik sinematografi, seperti pengambilan gambar long shot dan medium shot dimanfaatkan untuk menangkap ekspresi secara detail dan memperkuat pesan visual. Mengingat keterbatasan waktu dan dana, efisiensi dalam proses produksi menjadi strategi utama untuk tetap menjaga kualitas hasil akhir. Setelah proses syuting selesai, tahap pasca-produksi dijalankan guna memperjelas penyampaian pesan. Sutradara berperan dalam mengarahkan penyuntingan, mulai dari pemilihan musik latar yang mendukung suasana, penambahan narasi atau voice over untuk mempertegas isi pesan, hingga penyisipan elemen teks atau grafis sebagai penunjang informasi. Durasi video disesuaikan agar tetap singkat sekitar 30 sampai 60 detik namun tetap mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik.

Implementasi Gaya Penyutradaraan Realisme pada Proses Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat di PERUMDA Tirta Pakuan

Iklan layanan masyarakat (ILM) yang diproduksi oleh PERUMDA Tirta Pakuan dirancang sebagai sarana edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya penggunaan air bersih untuk kehidupan sehari-hari. Iklan berdurasi sekitar 2-3 menit ini disebarluaskan melalui beberapa platform, seperti Media sosial PERUMDA dan Halte bus Trans Pakuan Kota Bogor. Proyek ini menerapkan gaya penyutradaraan realisme dengan tujuan merepresentasikan aktivitas masyarakat sehari-hari dalam menggunakan air secara apa adanya, tanpa melebih-lebihkan atau menghadirkan visualisasi yang tidak alami.

1. Pemilihan Lokasi

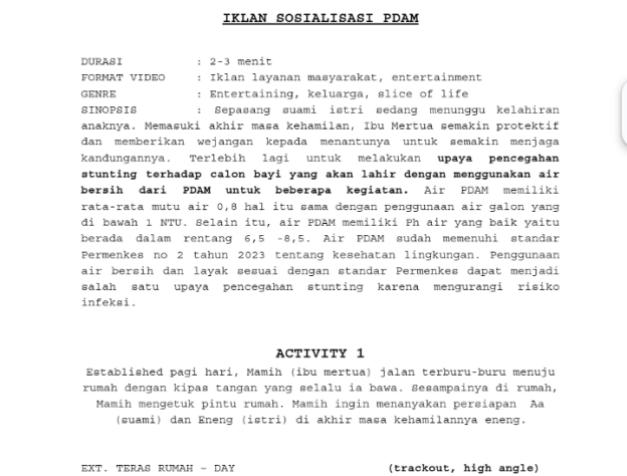
Salah satu ciri khas gaya realisme adalah penggunaan lokasi nyata sebagai latar cerita. Dalam ILM ini, lokasi yang dipilih adalah permukiman padat penduduk di wilayah Kota Bogor, termasuk gang sempit, sumur warga, dan tempat penampungan air sederhana, hal ini karena gaya penyutradaraan realisme lebih menekankan pada hal yang sering terjadi di masyarakat. Lokasi yang digunakan pada pembuatan iklan layanan masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tempat sesuai dengan kebutuhan.

- a. Iklan layanan masyarakat yang pertama memilih tiga lokasi untuk *shooting*, yaitu di *coffe shop*, pekarangan rumah, dan di trotoar depan kebun raya.
- b. Lokasi pembuatan iklan yang kedua hanya ada satu yaitu di ruang tamu rumah.

- c. Lokasi proses *shooting* iklan yang terakhir berada di kamar tidur dan IPA Dekeng Tirta Pakuan.

2. Penyutradaraan dan dialog

Sutradara menerapkan pendekatan yang sederhana dengan memberikan ruang bagi setiap adegan berkembang secara alami. Naskah yang digunakan bukanlah skrip dengan bahasa yang susah melainkan hanya bahasa sehari-hari, Dengan demikian dialog dapat disesuaikan secara spontan mengikuti situasi dan respons dari para pemeran. Akibat dari pendekatan ini, percakapan dalam iklan terdengar lebih natural, menyerupai interaksi sehari-hari antar warga. Dalam proses pengarahan, sutradara tidak bersikap dominan, melainkan lebih berperan sebagai pendamping yang membimbing alur tanpa membatasi ekspresi para talent, sehingga nuansa keaslian tetap terjaga.



Gambar 1. Penyutradaraan dan Dialog.

3. Teknik sinematografi

Proses pengambilan gambar atau *shooting* memiliki peran krusial dalam memengaruhi hasil akhir dari sebuah video. Kamera handheld digunakan untuk mengikuti gerakan para pemeran, menciptakan kesan dokumenter dan mendekati gaya observasional. Komposisi gambar cenderung sederhana dan tidak menggunakan pencahayaan buatan yang kompleks, selain itu iklan ini juga menggunakan beberapa type of shot seperti medium shot dan long shot.

a. Kamera handheld

Teknik pengambilan gambar handheld dengan cara kamera dibawa langsung oleh operator tanpa menggunakan alat bantu. Handheld memiliki beberapa karakter yang khas yakni, kamera bergerak dinamis dan berguncang untuk memberikan kesan nyata, hal ini sangat cocok untuk gaya penyutradaraan realisme. Teknik handheld, umumnya mengabaikan komposisi visual dan lebih menekankan pada obyek yang diambil (Rochmat & Rahmat, 2018).



Gambar 2. Teknik Handled.

b. Medium shot

Medium Shot adalah jenis pengambilan gambar yang menampilkan subjek dari sekitar pinggang atau pinggang hingga kepala. Penggunaan medium shot sering dianggap sebagai pilihan komposisi gambar yang ideal untuk pengambilan gambar karena memungkinkan penonton untuk melihat ekspresi dan emosi dari subjek dengan jelas (Alfarisy & Muhammad, 2024). Hal ini sangat cocok dengan gaya penyutradaraan realisme yang beracu pada realita kehidupan, alasannya adalah karena dengan medium shot ideal untuk memperlihatkan ekspresi wajah sekaligus bahasa tubuh secara proporsional, menciptakan kesan natural, dan mendekatkan penonton dengan karakter.



Gambar 3. Medium Shot.

c. Long shot

Long shot adalah teknik pengambilan gambar dengan menangkap seluruh wilayah dari tempat kejadian. Tempat, orang dan objek-objek dalam adegan diperlihatkan semua dalam sebuah long shot untuk memperkenalkan kepada penonton secara keseluruhan. Gambar yang diambil dalam long shot biasanya terkomposisi dengan longgar, sehingga para pemain mempunyai cukup ruang untuk bergerak kesana-kemari, dan setting tempat dapat diperlihatkan untuk menjelaskan secara keseluruhan (Rezeki., et al 2023). Teknik long shot cocok dengan gaya penyutradaraan realisme karena dapat menampilkan hubungan karakter dengan lingkungannya, memperlihatkan aktivitas dari jarak yang cukup, membuatnya tampak seolah penonton sedang mengamati kehidupan nyata, dan mengurangi kesan dramatisasi.



Gambar 4. Long Shot.

4. Tantangan dalam Implementasi

Meskipun pendekatan realisme berhasil memberikan kesan yang autentik, proses produksinya tidak lepas dari berbagai hambatan yang harus dihadapi oleh tim. Tantangan-tantangan ini muncul sebagai bagian dari karakter alami gaya penyutradaraan tersebut yang mengandalkan spontanitas dan keaslian suasana. Tantangan yang dirasakan selama proses pra produksi hingga pasca produksi adalah

- a. kesulitan dalam membimbing warga yang tidak memiliki pengalaman tampil di depan kamera. Karena tidak terbiasa berakting, beberapa warga merasa canggung atau bingung saat harus mengekspresikan diri sesuai arahan.
- b. proses pengambilan gambar kerap terganggu oleh aktivitas lingkungan sekitar yang sulit dikendalikan. Suara kendaraan, lalu lintas warga, serta kebisingan lain dari sekitar lokasi sering kali mengganggu kelancaran syuting dan menurunkan kualitas audio maupun fokus adegan.
- c. Editor harus bekerja secara lebih teliti untuk menyusun alur cerita agar tetap runut dan mudah dipahami, namun tanpa menghilangkan kesan alami dari materi yang telah direkam.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa penerapan gaya penyutradaraan realisme dalam produksi iklan layanan masyarakat (ILM) oleh PERUMDA Tirta Pakuan terbukti efektif sebagai sarana edukatif dalam menyampaikan pesan mengenai pentingnya pemanfaatan air bersih secara bijak. Pendekatan ini menyuguhkan gambaran kehidupan sehari-hari masyarakat secara apa adanya, sehingga membuat pesan terasa lebih dekat dan relevan bagi audiens.

Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta pemilihan lokasi yang mencerminkan lingkungan nyata di Kota Bogor, menjadi kekuatan utama dalam pendekatan ini. Dengan menyajikan latar tempat yang autentik dan aktivitas masyarakat yang umum ditemui, ILM mampu membangun keterhubungan emosional antara penonton dan cerita yang disampaikan.

Peran sutradara dalam proses ini lebih bersifat membimbing daripada mengarahkan secara ketat. Para pemeran yang mayoritas berasal dari kalangan warga biasa diberi keleluasaan untuk mengekspresikan diri secara alami. Hal ini menghasilkan interaksi dan

dialog yang terdengar lebih natural dan membumi, sesuai dengan prinsip realisme dalam penyutradaraan.

Dari segi visual, teknik sinematografi yang digunakan turut memperkuat kesan realistik dalam iklan. Penggunaan kamera handheld, medium shot, dan long shot memberikan nuansa dokumenter dan menangkap ekspresi serta gerakan secara bebas tanpa banyak manipulasi visual. Pendekatan ini mendukung terciptanya tampilan visual yang jujur dan apa adanya.

Meski demikian, penerapan gaya ini tidak lepas dari tantangan. Beberapa hambatan seperti kesulitan mengarahkan pemeran non-profesional dan gangguan suara atau aktivitas dari lingkungan sekitar menjadi bagian dari proses yang harus dihadapi. Namun, secara keseluruhan, pendekatan realisme tetap mampu menjaga keaslian pesan dan menyampaikannya dengan cara yang komunikatif, menyentuh, serta mudah diterima oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisy, A. S., & Muhammad, R. H. (2024). Analisis Teknik Pengambilan Gambar Pada Program Podcast TV Show di TVMU. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 2(1), 10-27. doi: <https://doi.org/10.24853/jbk.2.1.2024.10-27>
- Amanda W, Manesah D. 2024. Penerapan Gaya Penyutradaraan Dengan Penguatan Tokoh Menggunakan Pendekatan Reaslisme Dalam Film Genius Dari Syurga. *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu seni, Media dan Desain*, 1(1), 27-34. doi: <https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i1.51>
- Anisa BN, Rahmawati R, Ramdani FT. 2024. Kualitas Pelayanan PERUMDA Tirta Pakuan Kota Bogor dalam Penyediaan Air Bersih Bagi Masyarakat di Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4533-4546. doi: <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12750>
- Budiman B, Aminda RS, Syaiful S. 2023. Pemanfaatan air hujan bersih dan layak menggunakan alat filtrasi sederhana di Taman Pegelaran Ciomas Bogor. *SINKRON: Jurnal Pengabdian Masyarakat UIKA Jaya*, 1(1), 1-9. doi: <https://doi.org/10.32832/jpmuj.v1i1.1668>
- Djana M. 2023. Analisis kualitas air dalam pemenuhan kebutuhan air bersih di kecamatan natar hajimena lampung selatan. *Jurnal Redoks*, 8(1), 81-87. doi: <https://doi.org/10.31851/redoks.v8i1.11853>
- Fadhillah RA, Tahapari H. 2023. Peran Sutradara Dalam Pembuatan Film Pendek "Salah Kabar Bikin Bubar". *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 5(2), 26-36. doi: <https://dx.doi.org/10.33376/ic.v5i2.2317>
- Naufal MI, Yuliyanti EP. 2023. Tantangan Sutradara dalam Produksi Film Dokumenter dengan Narasumber Difabel. *Jurnal Audiens*, 4(3), 508-519. doi: <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.254>
- Pintoko WW. 2022. Fear appeal (rasa takut) dalam promosi melalui iklan televisi. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(3), 233-249.
- Prasetyo B, Wirawan IKA, Muka IK. 2022. Penerapan gaya penyutradaraan dengan penguatan tokoh melalui pendekatan realisme dalam film suruh ayu. *Calaccitra: Jurnal Film Dan Televisi*, 2(1), 1-8. doi: <https://doi.org/10.59997/cc.v2i1.1464>
- Putri S, Syabil S, Pertiwi R, Setiyawati ME. 2022. Pembangunan air bersih dan sanitasi dalam mewujudkan ekonomi hijau. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3(4), 550-558. doi: <https://doi.org/10.31004/jkt.v3i4.8397>
- Rezeki, F., Nursapia Harahap, & Zuhriah, Z. (2023). ANALISIS TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VIDEOKLIP "TILL WE MEET AGAIN". *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 2(2), 1495–1502.
- Rochmat, Z. A., & Rahmad, C. Y. (2018). Pengambilan Gambar Handheld Sebagai Pembentuk Ketegangan Pada Film Modus Anomali. *TEXTURE Art and Culture Journal*, 1(2), 116-131. doi: <https://doi.org/10.33153/texture.v1i2.2435>
- Yunita IKM, Pratiwi WD. 2021. Analisis tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat di instagram kemenkes pada masa pandemi covid-19 dan relevasinya sebagai rancangan bahan ajar bahasa indonesia di SMP. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(3), 1205-1212. doi: <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1383>.