



Sosialisasi KPU Kabupaten Banyumas bagi 100 Desa Kabupaten Banyumas dengan Memanfaatkan Sinematografi dan Poster

Galih Putra Pamungkas¹, Robert Hendra Yudianto², Aditya Wijayanto^{3*}

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Rekayasa Industri dan Desain, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

³Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto

¹galih@ittelkom-pwt.ac.id; ²robert@ittelkom-pwt.ac.id; ³aditya.wijayanto@ittelkom-pwt.ac.id*

Artikel History:

Received: 2022-09-05/ Received in revised form: 2022-11-17/ Accepted: 022-11-29

ABSTRACT

Public participation in the General Election is an important variable in ensuring the smooth running of the General Election because in addition to guaranteeing the inclusiveness of the election results, it is a manifestation of democracy in Indonesia. However, public participation does not escape the interference of the performance of the election organizers themselves. In this case, the party is the General Elections Commission (KPU). KPU as the election organizer has a strategic role in socializing and disseminating information about elections to the general public. So it is important for the KPU to have an appropriate strategy in socializing and disseminating information. In this technological era, KPU has more options that can reach more audiences with methods that are more effective and efficient and of course cheaper than conventional methods. Through the process of identifying and solving problems, the PKM team and the Banyumas Regency KPU collaborated to utilize cinematography and poster technology in the process of socializing the general election to 100 villages in Banyumas Regency. From this collaboration, a promotional video was produced which can be watched on the official YouTube channel of the Banyumas Regency KPU and the videotron of the Purwokerto city square. It is hoped that after going through this series of activities, there will be a significant increase in the number of participants in the 2024 General Election and an increase in the knowledge of the human resources of the Banyumas KPU in the use of digital media for socialization and information delivery through interesting content.

Keywords : *KPU, village, Banyumas, cinematography, poster, promotion*

ABSTRAK

Partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan variabel penting dalam menjamin kelancaran keberlangsungan Pemilu sebab selain menjadi jaminan inklusivitas hasil Pemilu, hal ini merupakan perwujudan dari demokrasi di Indonesia. Namun partisipasi masyarakat tidak luput dari campur tangan kinerja pihak penyelenggara Pemilu itu sendiri. Dalam hal ini, pihak tersebut adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU). KPU sebagai penyelenggara Pemilu memiliki peran strategis dalam sosialisasi dan penyebaran informasi seputar Pemilu kepada khalayak umum. Sehingga penting untuk KPU memiliki strategi yang sesuai dalam sosialisasi dan penyebaran informasi. Di zaman yang serba teknologi, KPU memiliki lebih banyak opsi yang dapat mencapai lebih banyak audiens dengan metode yang lebih efektif dan efisien dan tentunya lebih murah dibandingkan metode konvensional. Lewat proses identifikasi dan penyelesaian masalah, tim PKM dan KPU Kabupaten Banyumas bekerjasama untuk memanfaatkan teknologi sinematografi dan poster dalam proses sosialisasi Pemilu ke 100 desa

*Galih Putra Pamungkas

Tel.: +62 812-3075-9492

Email: galih@ittelkom-pwt.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



di Kabupaten Banyumas. Dari kerjasama ini dihasilkanlah sebuah video promosi yang dapat disaksikan di kanal YouTube resmi KPU Kabupaten Banyumas dan videotron alun-alun kota Purwokerto. Harapannya setelah melewati serangkaian kegiatan ini, terjadi peningkatan yang signifikan dalam angka partisipan Pemilu 2024 dan bertambahnya wawasan SDM KPU Kabupaten Banyumas dalam pemanfaatan media digital untuk sosialisasi dan penyampaian informasi lewat konten-konten menarik.

Kata kunci : KPU, desa, Banyumas, sinematografi, poster, sosialisasi

1. PENDAHULUAN

Pemilihan umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UU Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah). Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar demokrasi sebagai sarana perwujudan kedaulatan rakyat guna menghasilkan pemerintahan yang demokratis. Pemerintahan yang dihasilkan dari pemilu diharapkan menjadi pemerintahan yang mendapat legitimasi yang kuat dan amanah. Pemilu pun menjadi tonggak tegaknya demokrasi, di mana rakyat secara langsung terlibat aktif dalam menentukan arah dan kebijakan politik negara untuk satu periode pemerintahan ke depan.

Keberhasilan pemilu tentunya sangat dipengaruhi oleh seberapa besar tingkat kesadaran politik warga negara yang bersangkutan. Kesadaran politik ini terefleksi dari seberapa besar partisipasi dan peran masyarakat dalam proses pemilu dengan memberikan kesempatan kepada setiap warga negara untuk memberikan suara dukungannya dalam proses penetapan pemerintah baik di eksekutif maupun legislatif selaku pemangku kebijakan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi politik adalah tingkat pendidikan masyarakat, yang biasanya akan berbanding lurus dengan kecenderungan mereka berpartisipasi dalam politik. Maka dari itu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki peran strategis dalam segi edukasi sebagai penyelenggara Pemilihan Umum (Pemilu). Selain menyiapkan instrumen hukum guna menjamin para pemilih dalam menggunakan hak pilihnya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) juga harus melakukan model komunikasi yang tepat kepada masyarakat dalam rangka membangun kesadaran politik masyarakat sehingga menciptakan proses demokratisasi di Indonesia.

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Partisipasi Pemilih pada Pemilu Presiden Tahun 2009, 2014, dan 2019
(Sumber: KPU, data diolah)

NO.	EVENT PEMILU TAHUN	JUMLAH PEMILIH (DPT)	TINGKAT PARTISIPASI	
			JUMLAH	%
1.	Pemilu Presiden (2009)	171, 068, 667	127, 983, 655	74,81
2.	Pemilu Presiden (2014)	193, 944, 140	134, 953, 957	69,58
3.	Pemilu Presiden (2019)	199, 987, 870	158, 012, 506	81

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat partisipasi Pemilu Presiden mengalami kenaikan dan penurunan, kecenderungan tren dan tingkat partisipasi masyarakat dalam politik tentunya tidak lepas dari peran seluruh *stakeholders*, dan yang paling penting sejauh mana peran dan strategi KPU dalam meningkatkan jumlah pemilih. Strategi sosialisasi ini pun ada banyak jenisnya.

Misalnya seperti yang dilakukan KPU Kota Bekasi untuk sosialisasi Pemilu 2019 dengan bekerjasama dengan Kesbangpol untuk mencetak spanduk, baliho dan standing banner berisi ajakan

memilih yang kemudian diletakkan di lokasi strategis, misalnya di pusat perbelanjaan, hotel, kantor pemerintahan, dan jalan protokol. Mereka juga bekerjasama dengan PT. KCI untuk membuat dan memutar video berdurasi 3 menit setiap 1 jam sekali di seluruh rangkaian kereta *commuterline* yang melintasi Jabodetabek tanpa biaya. KPU Bekasi juga bekerjasama dengan 55 Relawan Demokrasi dengan 11 basis. Selain itu diadakan juga sosialisasi tatap muka dalam bentuk seminar dan lokakarya serta sosialisasi di media sosial, massa, dan cetak. Namun banyaknya rangkaian sosialisasi ini tidak hanya menghabiskan biaya yang besar, tapi juga menghabiskan tenaga yang besar bahkan mengakibatkan banyak petugas KPPS yang jatuh sakit sampai meninggal dunia. (Novita, D., & Fitri, A., 2020)

KPU Yogyakarta menggunakan media infografis, poster dan katalog yang memuat informasi seputar Pemilu 2019, yaitu profil capres dan cawapres, tata cara mencoblos, waktu dan tempat pelaksanaan hingga syarat-syarat menjadi Daftar Pemilih Tetap (DPT). Media ini kemudian digunakan sebagai bahan sosialisasi ke daerah-daerah terpencil. Infografis dipilih sebagai media utama karena dinilai dapat memberi informasi secara lengkap, informatif, menarik, dan mudah dipahami oleh masyarakat daerah terpencil. Poster dan katalog dibuat sebagai media pendukung saja. (Putra, M., 2019)

KPU Jawa Tengah merancang game edukasi Pilgub Jateng berbasis Android sebagai media sosialisasinya. Metode ini dipilih karena dinilai dapat memberikan pembelajaran ke masyarakat dengan cara yang relatif lebih nyaman dan dengan tanpa paksaan sehingga masyarakat memperoleh informasi seputar Pemilu secara tidak sadar baik dengan media visual maupun audio yang terdapat pada permainan tersebut. (Harjanta, A. & Herlambang, B., 2018)

KPU Banyumas sendiri sebelumnya pernah melakukan kegiatan sosialisasi Pilkada pada tahun 2018 dan Pemilu 2019 dengan fokus kepada kelompok disabilitas di Kabupaten Banyumas. Kegiatan ini dilakukan secara tatap muka oleh Relawan Demokrasi Kabupaten Banyumas dan bekerjasama dengan Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) ke beberapa organisasi disabilitas di Kabupaten Banyumas seperti Sekolah Luar Biasa (SLB), Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI), Ikatan Tunanetra Muslim Indonesia (ITMI), dan Gerakan Tuna Rungu Indonesia (Gerkatina). Adapun sosialisasi ini dinilai cukup efektif karena mampu mendorong partisipasi pemilih kelompok disabilitas dalam pilkada dan pemilu. (Muhazir, A., et al., 2022)

Untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan mencakup seluruh golongan pemilih, maka dilakukanlah program sosialisasi pemilihan umum dengan memanfaatkan teknologi sinematografi dan poster bersama KPU Kabupaten Banyumas kepada 100 desa di Kabupaten Banyumas.

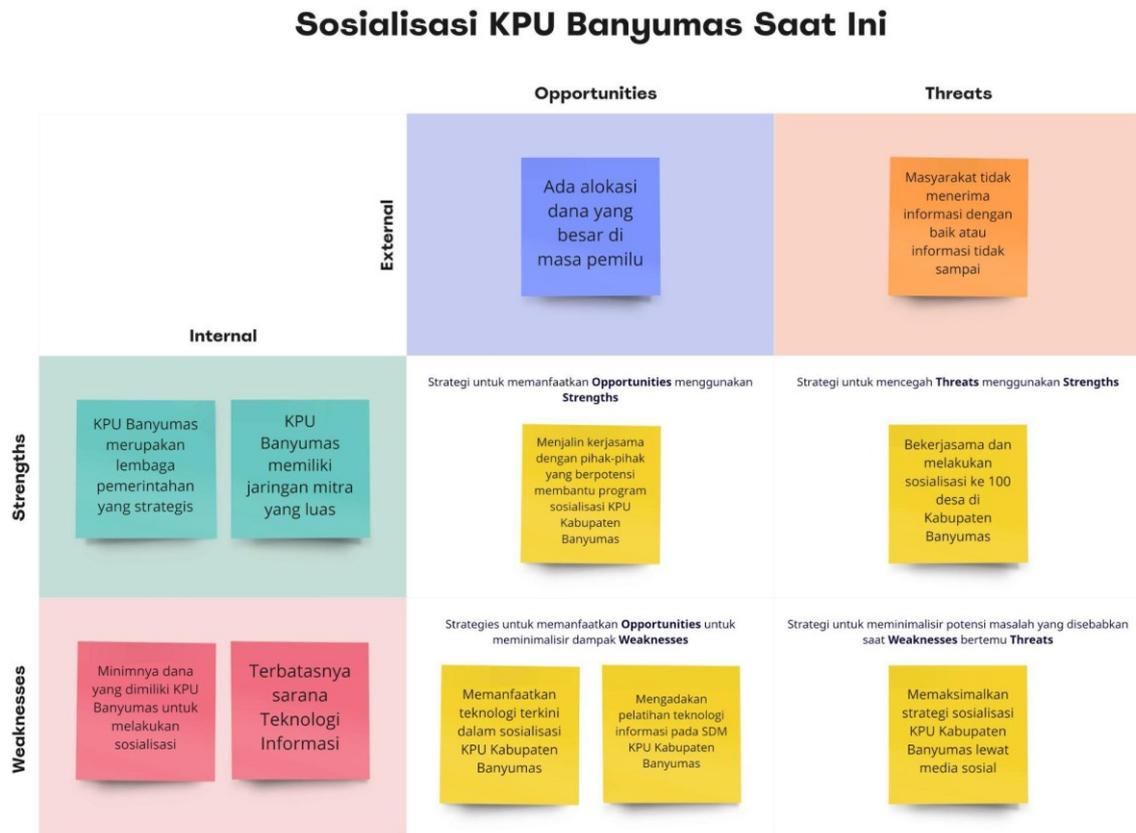
Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C (2010) dalam bukunya tentang sinematografi, dalam pembuatan film atau video, bahkan animasi sekalipun, gambar tidak hanya sekedar gambar, tetapi gambar adalah sebuah informasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa sinematografi adalah mengubah bahasa visual menjadi sebuah pesan yang berarti. Hasil akhir dari tayangan video atau animasi secara materi adalah berbentuk dua dimensi, tetapi sinematografer harus dapat memberikan panduan mata pemirsa untuk melihat realitas.

Sebelumnya metode pemanfaatan sinematografi ini sudah pernah dilakukan oleh KPU di daerah lain. KPU Kabupaten Semarang melakukan sosialisasi menggunakan iklan layanan masyarakat yang secara spesifik menargetkan kaum pemilih pemula dan dipublikasi di kanal YouTube resmi KPU Kabupaten Semarang (Prasetyo, T., et al., 2021). Bawaslu Salatiga membuat iklan layanan masyarakat “Daftar Pemilih Sementara” yang dipublikasikan lewat Instagram dan YouTube (Natasya, N., et al., 2022)

KPU Kabupaten Banyumas nantinya tidak hanya mempublikasikan iklan layanan masyarakatnya di media sosial seperti YouTube dan Instagram, tetapi juga menggunakan videotron dan didukung dengan pembuatan poster. Sosialisasi KPU ini sendiri tergolong ke dalam hiburan politik atau bisa disebut *politainment*. Menurut Firmansyah (2019), dengan pembawaan inovatif dan kreatif dalam sosialisasi pemilu diharapkan akan meningkatkan partisipasi masyarakat terutama dalam kepentingan politik di masing-masing kelompok pemilih atas kepentingannya masing-masing. Komunikasi massa sebagai salah satu saluran *politainment* dan politik digital memberikan analisa yang baik dalam menghadapi polarisasi baru dalam propaganda politik pada *politainment* dan politik digital.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Berangkat dari latar belakang sebelumnya, dilakukanlah analisa kondisi sosialisasi pemilihan umum yang telah dilakukan oleh KPU Banyumas menggunakan analisa SWOT sebagai berikut:



Gambar 1. Analisa SWOT KPU Banyumas (sumber: observasi dan wawancara)

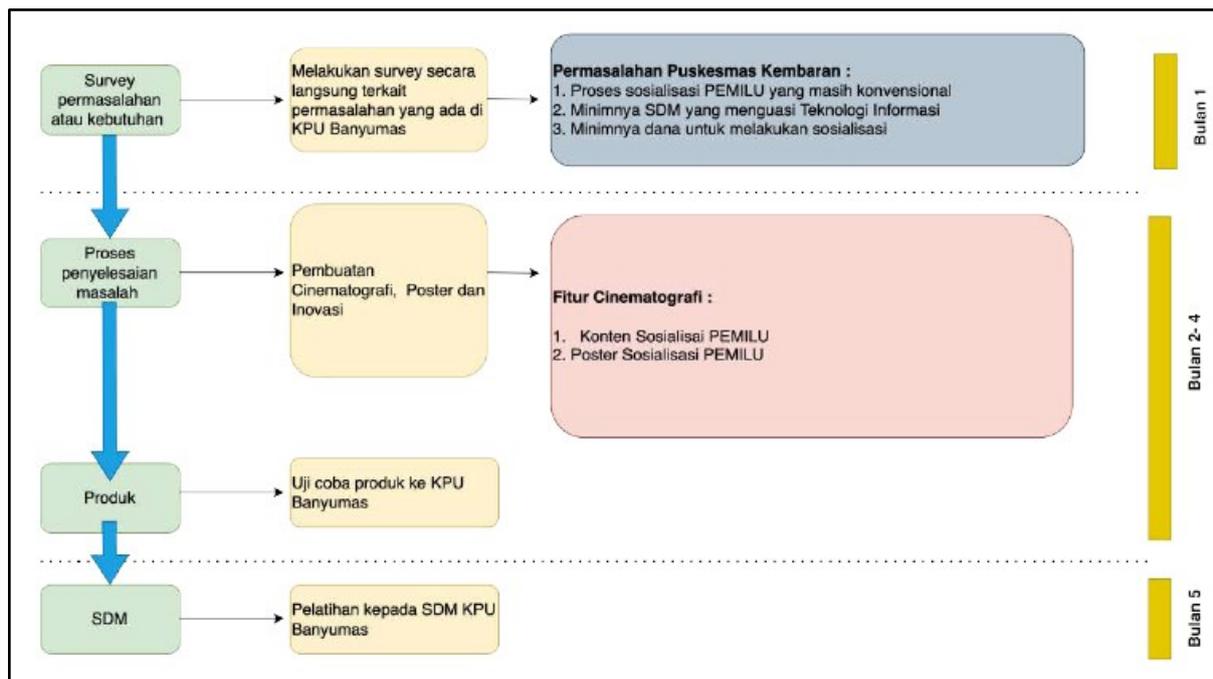
Dari analisa di atas dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh KPU Banyumas dalam sosialisasi Pemilu, yaitu:

1. Penggunaan cara konvensional dalam sosialisasi.
2. Minimnya SDM di bidang teknologi informasi.
3. Minimnya dana KPU Banyumas untuk pelaksanaan sosialisasi.

Maka dari itu perlu dirumuskan solusi yang dapat meningkatkan jumlah pemilih dan membantu meningkatkan kualitas sosialisasi pemilihan umum oleh KPU Kabupaten Banyumas. Solusi yang diperoleh akan dikelola kembali untuk menghasilkan jurnal pengabdian masyarakat, publikasi media elektronik, penerapan IPTEK, serta dokumentasi video. Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan pelatihan pemanfaatan media pemasaran digital, seperti video promosi dan poster, kepada SDM KPU Kabupaten Banyumas serta memaksimalkan strategi sosialisasi KPU Kabupaten Banyumas kepada 100 desa lewat konten media sosial yang menarik dan berkelanjutan.
2. Mengadakan pelatihan teknologi informasi secara rutin kepada SDM KPU Kabupaten Banyumas.
3. Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang berpotensi membantu program sosialisasi KPU Kabupaten Banyumas.

Untuk mewujudkan ketiga solusi di atas, telah dirancang sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat seperti di bawah ini.



Gambar 2. Sistematika Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Dalam pelaksanaannya, KPU Kabupaten Banyumas berperan sebagai subyek dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan tujuan meningkatkan partisipasi masyarakat untuk ikut serta dalam Pemilu lewat kegiatan PKM ini. Setelah serangkaian kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini selesai, akan diadakan evaluasi dan *monitoring* lewat pendampingan yang berlangsung selama 8 bulan terhitung sejak berakhirnya pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Indikator keberhasilan rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ketercapaian target sosialisasi 100 desa dan kenaikan jumlah peserta Pemilu nantinya.

2.1 Survey Permasalahan atau Kebutuhan

Perlu dilakukan survey secara langsung terkait permasalahan yang ada di KPU Kabupaten Banyumas guna mengidentifikasi masalah atau kendala yang dihadapi oleh KPU Kabupaten Banyumas dalam melakukan sosialisasi selama ini. Metode survey yang diimplementasikan oleh tim PKM adalah *Focused Group Discussion* (FGD). Metode ini dipilih untuk pendekatan partisipatif tim PKM kepada masyarakat dan KPU Kabupaten Banyumas. Adapun indikator keberhasilan tahap ini adalah ditemukannya titik permasalahan dan solusi yang perlu dilakukan.

Setelah dilakukan survey, disimpulkanlah masalah atau kendala yang dihadapi oleh KPU Kabupaten Banyumas, yaitu (1) Proses sosialisasi Pemilu yang masih bersifat konvensional, (2) Minimnya SDM yang menguasai teknologi informasi, (3) Minimnya dana untuk melakukan sosialisasi. Maka dapat dikatakan tahap ini berhasil dieksekusi dengan baik.

2.2 Proses Penyelesaian Masalah

Setelah ditemukan masalah atau kendala yang perlu diatasi, dicanangkanlah solusi yang akan dilakukan oleh tim PKM yaitu pembuatan inovasi berupa sinematografi dan poster sosialisasi Pemilu dan pemberdayaan SDM KPU Kabupaten Banyumas. Pertama-tama dilakukan pengelolaan tim dosen PKM sebagai pendamping mitra saat pelaksanaan PKM. Kemudian dilaksanakan penyuluhan terkait literasi strategi sosialisasi. Setelah itu dilakukan persiapan pelaksanaan pelatihan dan *workshop* pembuatan poster dan sinematografi.

Setelah itu dilakukan pendampingan implementasi pelatihan tersebut dengan memulai produksi video dan poster promosi sosialisasi pemilihan umum. Hasil video dan poster kemudian diujicobakan kepada KPU Kabupaten Banyumas. Akhirnya dilakukan evaluasi kegiatan PKM yang diikuti dengan pembagian dan sosialisasi modul pelatihan.

Indikator keberhasilan tahap ini adalah kegiatan berlangsung sesuai *timeline* dan kondusif, bertambahnya pemahaman SDM KPU Kabupaten Banyumas dalam pemanfaatan media digital untuk sosialisasi pemilihan umum, terciptanya inovasi teknologi sosialisasi pemilihan umum yang memanfaatkan sinematografi dan poster berupa video dan poster promosi.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Sesuai solusi yang telah dicanangkan, tim PKM melaksanakan pelatihan dan *workshop* pembuatan poster dan sinematografi serta pendampingan implementasi pelatihan tersebut di laboratorium *e-learning* Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Tim PKM turut mendampingi mulai dari tahap pra-produksi yaitu perancangan konten video dan perumusan pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 3. Tim PKM memberikan penjelasan pra-produksi kepada SDM KPU Kabupaten Banyumas di salah satu ruang kelas di Gedung Rektorat Lt. 2 Institut Teknologi Telkom Purwokerto



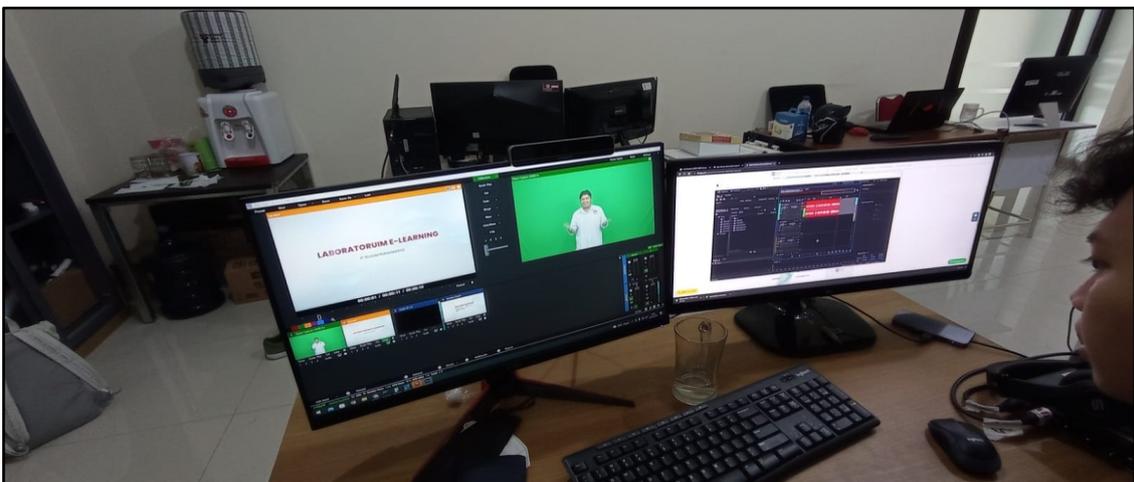
Gambar 4. Pendampingan implementasi pelatihan oleh tim PKM kepada SDM KPU Kabupaten Banyumas di dalam laboratorium *e-learning* Institut Teknologi Telkom Purwokerto



Gambar 5. Pengambilan sinematografi video promosi sosialisasi pemilihan umum KPU Kabupaten Banyumas

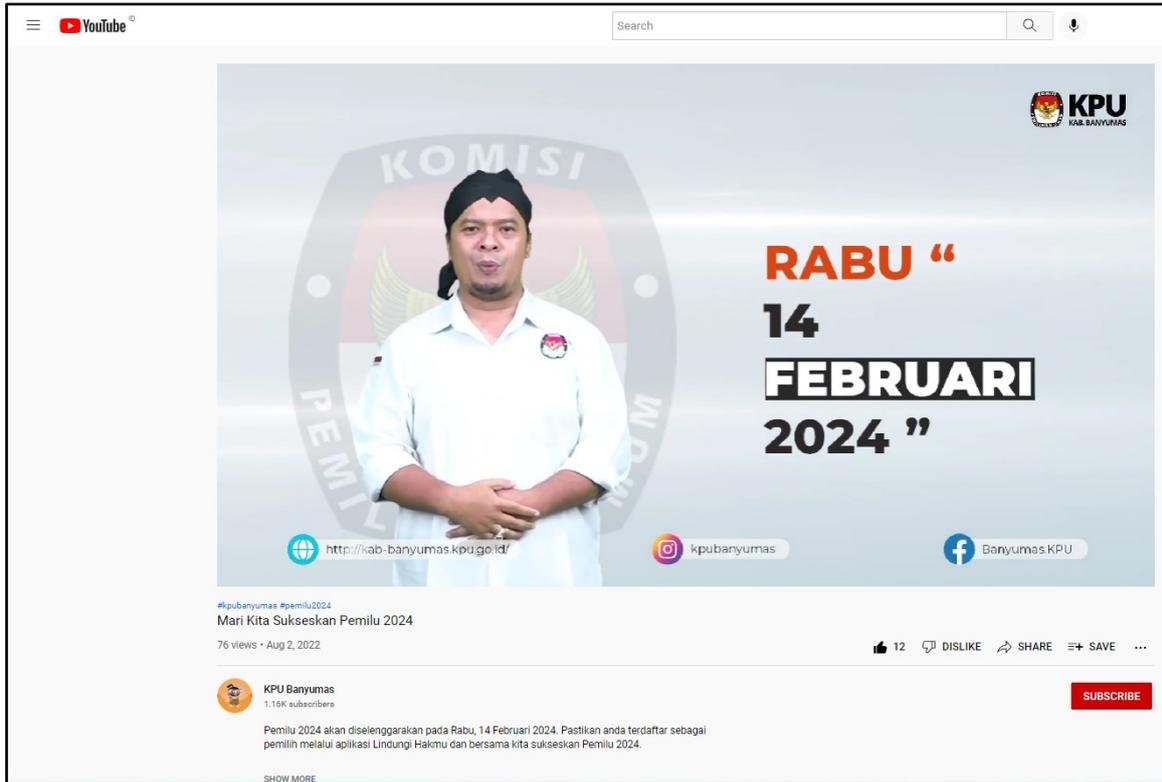


Gambar 6. SDM KPU Kabupaten Banyumas melakukan *monitoring* terhadap hasil video yang sudah diambil sebelumnya



Gambar 7. Pratinjau sinematografi sosialisasi pemilihan umum KPU Kabupaten Banyumas

Hasil pendampingan implementasi pelatihan pembuatan sinematografi berupa video promosi yang telah diproduksi telah tayang di kanal YouTube resmi milik KPU Kabupaten Banyumas dan videotron alun-alun Purwokerto.



Gambar 8. Video Promosi Sosialisasi Pemilihan Umum KPU Kabupaten Banyumas di kanal Youtube resminya



Gambar 9. Videotron Alun-Alun Purwokerto

Penayangan video promosi di videotron alun-alun Purwokerto dijadwalkan mulai dari jam 18:00 - 21:00 WIB setiap harinya. Setelah melaksanakan serangkaian kegiatan ini dan menghasilkan sinematografi, diharapkan terjadi peningkatan dalam angka partisipan pemilihan umum terkhususnya

di 100 desa di Kabupaten Banyumas dan meningkatnya pemahaman SDM KPU Kabupaten Banyumas dalam pemanfaatan media digital untuk sosialisasi pemilihan umum.

SIMPULAN

KPU sebagai penyelenggara Pemilihan Umum (Pemilu) memiliki peran krusial dalam mengedukasi dan mengkomunikasikan segala informasi mengenai Pemilihan Umum kepada khalayak umum. Oleh karena itu, KPU harus bisa mencari cara yang lebih efektif dan efisien agar bisa mencapai seluruh lapisan masyarakat dalam penyebaran informasinya. Hal ini perlu dilakukan untuk menjamin inklusivitas pemilihan umum di Indonesia, yang tentu saja mendukung agenda demokrasi negara.

Dengan menggunakan sinematografi dan poster dalam proses sosialisasi pemilihan umum di Kabupaten Banyumas, KPU Kabupaten Banyumas dapat menggapai lebih banyak audiens dengan usaha yang lebih minimal. Jika dibandingkan dengan sosialisasi konvensional, yaitu mengunjungi tempat-tempat umum, pemanfaatan media digital dapat mencakup audiens lebih banyak dengan biaya lebih murah sehingga menjawab permasalahan biaya KPU Kabupaten Banyumas.

SARAN

Berdasarkan hasil penyuluhan dan pendampingan yang dilakukan tim PKM, dapat diketahui bahwa KPU Kabupaten Banyumas masih membutuhkan edukasi lebih dalam pemanfaatan media digital sebagai media sosialisasi serta strategi sosialisasi di sosial media. Oleh karena itu, diharapkan setelah ini akan ada peningkatan frekuensi pelatihan ataupun penyuluhan kepada SDM-SDM KPU Kabupaten Banyumas seputar pemanfaatan teknologi informasi dalam mempermudah segala pekerjaan di KPU Kabupaten Banyumas.

DAFTAR PUSTAKA

UU Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Novita, D., & Fitri, A. (2020). PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH MILENIAL: STRATEGI KOMUNIKASI DAN SOSIALISASI KOMISI PEMILIHAN UMUM PADA PEMILU 2019. *MAKNA: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa Dan Budaya*, 7(2), 70–73. Retrieved November 24, 2022, from <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/makna/article/view/2182>.

Putra, M. E. (2019). Perancangan Infografik sebagai media Pendukung Sosialisasi Kpu Ke Daerah Terpencil. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(1), 46–53. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i1.1748>

Harjanta, A. T., & Herlambang, B. A. (2018). Rancang Bangun game edukasi pemilihan Gubernur Jateng Berbasis Android Dengan model addie. *Jurnal Transformatika*, 16(1), 91–97. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v16i1.894>

Muhazir, A., Irawan, F., & Fadhilah, A. N. (2022). *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO*, 3(1), 11–22. Retrieved November 24, 2022.

Joseph V. Mascelli A.S.C (2010). *Memahami Cinematography*. Cataloguing : British Library

Prasetyo, T. W., Prasetyo, B. E., Salsabil, A. R., Priscilla, S. N., Rolos, D. O. Y., & Hergianasari, P. (2021). Video Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Semarang sebagai Media Sosialisasi kepada Kaum Pemilih Pemula. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 257–266. Retrieved November 24, 2022.

Natasya, N., Sekar, R. M., Pradana, R., Bakir, M., & Yanuartha, R. (2022). Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat "Daftar Pemilih Sementara" Bawaslu Salatiga Melalui Media Sosial. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 321-330. Retrieved from <https://ejournal.uksw.edu/jms/article/view/5749>. Retrieved November 24, 2022.

Firmansyah, M. F. (2020). Pengaruh komunikasi politic entertainment Melalui Iklan TERHADAP Tingkat Keterpilihan partai politik Pada Pemilihan Umum 2019. *Jurnal Gama Societa*, 3(1), 9–18. <https://doi.org/10.22146/jgs.46394>

Lubis, M. Fadli Yanuar, Wahyuni, Sri (2020). Penerapan Sinematografi Pada Film Pilar. *Jurnal Fakultas Seni dan Desain*