



## **Video Edukasi “Daerah Kontras Ibukota” Pada Orang di Luar Daerah Jakarta**

**Vina Mahdalena<sup>1\*</sup>, Lusya Handayani<sup>2</sup>, Rini Riyantini<sup>3</sup>, Rayhan Althaaf<sup>4</sup>, Chasna Alifia<sup>5</sup>, Azhar Bancar<sup>6</sup>, Sulistia<sup>7</sup>, Najwa Syifa<sup>8</sup>**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

### **Abstract**

*The city of Jakarta is a city that has complex problems. Main problems such as population density and stress levels are among the issues often faced by Jakarta residents. Previous research shows Jakarta is included in the top 10 cities with high stress levels. One of the causes of this problem is Jakarta's high level of urbanization. This research aims to test the effectiveness of the media in changing people's attitudes towards the city of Jakarta. Researchers used a quantitative approach with pre-test and post-test methods; the media used was video. Researchers produced an instrument in the form of a video titled "Contrast Capital Region." The research results showed a change in the respondents' attitudes after watching the video provided.*

**Keywords:** *Jakarta, Attitude Change, Post Test, Pre Test, Urbanization*

### **Abstrak**

Kota Jakarta merupakan salah satu kota yang memiliki masalah yang kompleks. Masalah utama seperti kepadatan penduduk dan tingkat stres merupakan salah satu masalah yang seringkali dihadapi oleh para penduduk Jakarta. Bahkan berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, Kota Jakarta masuk kedalam 10 besar kota dengan tingkat stres yang tinggi. Salah satu penyebab dari permasalahan tersebut adalah tingkat urbanisasi Jakarta yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji coba efektivitas media dalam merubah sikap masyarakat terhadap Kota Jakarta. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pre test dan post test, terhadap media yang digunakan berupa video. Peneliti melakukan produksi instrumen berupa video dengan judul “Daerah Kontras Ibukota”. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan sikap dari para responden setelah menyaksikan video yang diberikan.

**Kata Kunci:** *Jakarta, Perubahan Sikap, Post Test, Pre Test, Urbanisasi*

## 1. PENDAHULUAN

Berjalannya komunikasi pembangunan berkelanjutan tentu berkaitan dengan Sustainable Development Goals (SDGs). SDGs merupakan komitmen global dan nasional dalam upaya untuk mensejahterakan masyarakat, yang didalamnya mencakup 17 program yang akan dilaksanakan. Aspek pembangunan berkelanjutan ini tentunya menjadi sangat diperhatikan, mengingat pada tujuan SDGs sebelumnya bahwa adanya tujuan dan target global untuk tahun 2030 mendatang. Staf Ahli Bidang Lingkungan Hidup dan Pembangunan Berkelanjutan BPK Edward Ganda Hasiholan Simanjuntak menyampaikan, bahwa pembangunan berkelanjutan menjadi isu penting karena kegiatan ekonomi memiliki implikasi terhadap lingkungan hidup dan sosial. Program SDGs yang dicanangkan sejak tahun 2015 nyatanya tidak benar-benar menunjukkan pembangunan yang sudah dilakukan. Nyatanya, hingga saat ini banyak ditemukan permasalahan sosial maupun lingkungan di Indonesia, terlebih di Jakarta sebagai ibukota negara, yang masih jauh dari rencana program SDGs tersebut.

Kota besar, Jakarta identik dengan istilah yang menggambarkan Jakarta itu sendiri, salah satunya adalah kemacetan. “Jakarta kota macet”, mungkin istilah ini yang sering orang dengar tentang Jakarta, yang memang pernyataan tersebut adalah fakta. Berdasarkan data yang dirilis TomTom Traffic Index, bahwa tingkat kemacetan Jakarta naik, yakni menduduki posisi 29 dari 389 kota di dunia dengan waktu rata-rata perjalanan 22 menit 40 detik dalam 10 Km (di tahun 2022). Tingkat kemacetan tinggi yang salah satunya disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi, juga akan berdampak pada meningkatnya polusi udara di Jakarta. Selain kemacetan, tingkat stress maupun gangguan mental juga menjadi permasalahan yang banyak terjadi di Jakarta. Bahkan, pernah ada kalimat yang menyebutkan bahwa hidup di Jakarta itu keras, hanya orang-orang bermental baja yang akan kuat. Permasalahan stress dan gangguan mental yang tinggi adalah benar, dimana orang yang hidup di Jakarta harus mendapatkan tekanan besar untuk bisa bertahan. Tidak hanya dialami lansia dan orang dewasa, permasalahan ini juga banyak dialami oleh para remaja yang merasa tertekan dengan waktu sekolah yang terlalu lama, pertemanan, dan faktor lainnya. Hal ini sejalan dengan riset The Least and Most Stressful Cities Index 2021 oleh Vaay, bahwa Jakarta masuk 10 besar sebagai kota dengan tingkat stres tinggi dengan angka skor 41,8. Tingginya tingkat stress dan gangguan mental ini berhubungan dengan permasalahan lain, yaitu pengangguran. Pengangguran dapat berperan sebagai penyebab maupun dampak stres. Pengangguran sendiri menjadi permasalahan serius, karena angka pengangguran terutama di Jakarta pun cukup tinggi. Berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada Agustus 2023, tercatat sebanyak 354,49 ribu orang menganggur di Jakarta.

Jakarta juga identik dengan adanya urbanisasi. Ratusan hingga puluhan ribu orang dari luar kota datang ke Jakarta dengan berbagai tujuan. Orang-orang pendatang ini kebanyakan merasa bahwa Jakarta dapat mengubah kehidupan lebih baik, dengan image keren Jakarta yang mereka ketahui. Padahal, hidup di Jakarta tidak seenak kelihatannya. Banyak orang bersusah payah kerja keras untuk dapat bertahan di Jakarta, termasuk tingginya permasalahan yang terjadi pada paparan diatas. Oleh karena itu, perlunya edukasi dan pemahaman seputar sisi lain Jakarta, kepada orang awam maupun orang di luar daerah yang belum mengetahui lebih dalam tentang Jakarta. Edukasi ini dapat dibuat dalam bentuk video

pendek. Bukan tanpa alasan, menurut penelitian yang dilakukan oleh University of Wisconsin pada 2018 tentang keefektifan belajar melalui video pendek, metode ini terbukti efektif untuk dilakukan, karena pembelajaran dengan video pendek membuat audiens dapat lebih fokus dan mudah untuk menyerap informasi.

Tentunya pemerintah sudah melakukan berbagai upaya dalam masalah ini agar kemacetan di Jakarta semakin berkurang. Namun, menurut Databoks yang dilansir pada awal tahun 2024 Jakarta masuk kedalam 10 besar Kota termacet di Asia. Hal ini tentunya diperlukan kesadaran penuh masyarakat agar kemacetan di Kota Jakarta bisa membaik. Pertanyaan adalah apakah masyarakat di luar Jakarta ingin terus melakukan Urbanisasi ke Jakarta? Atau justru menghindari Kota Jakarta? Perlu diketahui oleh orang-orang yang ingin dating ke Jakarta bahwa Jakarta bukan sekedar kota yang penuh gedung gedung bertingkat, kota yang memiliki segudang lapangan pekerjaan dan tempat beradu nasib. Akan tetapi dibalik itu semua, mereka harus mengetahui bahwa Jakarta juga memiliki sisi lainnya. Karena itu, diperlukan edukasi agar hal tersebut dapat mereka ketahui. Mahasiswa komunikasi tentunya penulis juga mempertimbangkan apakah nantinya solusi yang kita buat dapat tersampaikan dengan baik atau tidak, media apa yang cocok untuk target penulis dan bagaimana mengemas semuanya agar tujuan penulis dapat tersampaikan.

Berdasarkan paparan masalah di atas, solusi yang dapat penulis berikan sebagai mahasiswa ilmu komunikasi UPN Veteran Jakarta adalah membuat video edukasi tentang Jakarta yang sebenarnya. Video edukasi ini dibuat dengan cara memperlihatkan sisi lain Jakarta yang belum banyak orang luar Jakarta ketahui. Adapun khalayak sasaran dari program ini yaitu orang-orang luar Jakarta yang belum pernah ke Jakarta, tetapi berminat untuk melakukan urbanisasi ke Kota Jakarta. Penulis juga melihat langsung apakah video edukasi yang dibuat dapat mencapai tujuan bersama atau tidak.

## 2. METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Metode yang digunakan adalah edukasi tentang dua sisi Jakarta melalui video pendek berdurasi 4 menit 53 detik dengan judul “Daerah Kontras Ibukota” <https://youtu.be/zKfMV0rEzfY?si=KAkE7pl43Tq1rcBW> kepada target sasaran, yaitu orang luar daerah Jakarta dalam usia produktif 18-25 tahun. Target sasaran yang kami libatkan terdiri atas 5 orang dari luar daerah Jakarta yang berbeda-beda. Sesuai dengan judulnya, bentuk edukasi yang berupa video ini bertujuan untuk memberikan kesadaran akan perspektif yang lebih luas mengenai Jakarta selaku ibukota negara kepada 5 orang target sasaran tersebut melalui visualisasi nyata di lapangan, dimana sisi baik dan sisi buruknya selalu berdampingan.

Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan edukasi ini setidaknya terbagi dalam 3 tahap, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pertama, pada tahap pra produksi, koordinasi tim dilakukan dengan mempersiapkan konsep video pendek yang direncanakan. Hasil koordinasi, ditetapkan video setidaknya akan terbagi dalam dua sesi. Sesi pertama akan berfokus pada sketsa wawancara yang menampilkan anggota tim dengan beberapa perannya, mulai dari mahasiswa, orang asli Jakarta, hingga pendatang untuk ditanyakan pendapatnya mengenai Jakarta. Selanjutnya, sesi kedua akan berfokus memvisualikan keadaan nyata Jakarta yang mencakup sisi baik dan sisi buruk dalam beberapa hal, antara lain kemacetan, pengangguran, ketersediaan transportasi umum, dan bentuk nyata usaha yang harus dilakukan orang yang tinggal di Jakarta seperti pulang larut malam. Video kemudian ditutup dengan konsep ‘menggantung’ berupa pertanyaan yang ditujukan pada target sasaran yang menonton video akan kesiapannya untuk hidup di Jakarta setelah melihat bukti nyata yang ditampilkan dalam video.

Kedua, tahap produksi dilakukan dengan merealisasikan konsep video yang sudah dibuat sebelumnya. Pada tahap ini pengambilan footage-footage dilakukan secara langsung di sejumlah area yang telah ditentukan, mulai dari gang kecil, jalan raya, transportasi umum

dan sebagainya untuk keperluan visualisasi nyata terkait kondisi Jakarta. Terakhir, pra produksi dilakukan dengan proses editing untuk menyatukan footage wawancara, visualisasi nyata Jakarta, hingga data-data pendukung lainnya yang ditambahkan ke dalam penjelasan melalui voice over.



**Gambar 1. Proses pengambilan footage kemacetan di sekitar jalan raya di Jakarta.**

Video yang sudah layak kemudian disebar dan dilakukan pelaksanaan kegiatan edukasi terhadap target sasaran yang dimaksud dalam 3 tahap selanjutnya, yaitu pre-test, penyebaran video, dan post-test. Video sudah terlebih dahulu diunggah ke media sosial YouTube untuk kemudahan akses. Kemudian, baik pre-test maupun post-test terdiri dari 6 pertanyaan dengan masing-masing dua pilihan jawaban yang disesuaikan, namun diberikan pada waktu yang berbeda. Pre-test diberikan sebelum target sasaran terpapar video edukasi. Ini dilakukan untuk menunjukkan perspektif atau pandangan awal target sasaran terkait kota Jakarta. Post-test diberikan setelah target sasaran terpapar video edukasi untuk mengetahui ada atau tidaknya perubahan perspektif terkait kota Jakarta. Daftar pertanyaan dan pilihan jawaban tersaji pada tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Daftar Pertanyaan dan Pilihan Jawaban untuk *Pre-test* dan *Post-test***

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Apakah Anda tertarik untuk hidup di Jakarta?	Ya
		Tidak
2.	Bagaimana pandangan terhadap Jakarta?	Kotanya bagus dan maju, ok buat cari pekerjaan
		Serba mahal, hidupnya keras, macet, tingkat stress tinggi
3.	Menurut Anda, apakah orang yang merantau ke Jakarta pasti akan sukses?	Tentu, karena banyak peluang dan koneksi yang bisa dicari
		Belum tentu, karena nyatanya hidup di Jakarta keras bahkan untuk mendapat pekerjaan pun susah
4.	Menurut anda permasalahan apa yang paling menonjol di kota Jakarta?	Kasus kemacetan dan lingkungan
		Kasus kejahatan
5.		Ya

	Menurut anda, apakah kota Jakarta masih layak dijadikan kota impian semua warga Indonesia?	Tidak
6.	Jadi, apakah anda siap hidup di kota Jakarta?	Ya
		Tidak

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pelaksanaan kegiatan edukasi mengenai sisi baik dan sisi buruk Jakarta melalui video pendek berjudul “Daerah Kontras Ibukota” berjalan dengan total 5 target sasaran atas pertimbangan asal daerah di luar Jakarta dan usia antara 18-25 tahun. Kelima target sasaran sekaligus menjadi responden dari Pre Test yang dilakukan sebelum penayangan video edukasi dan Post Test setelah penayangan video edukasi. Adapun daftar nama responden terkait beserta asal daerah dan usianya disajikan dalam Tabel 2 di bawah ini.

**Tabel 2. Daftar Nama, Asal Daerah, dan Usia Responden**

No.	Nama Responden	Asal Daerah	Usia
1.	Syafira	Bogor	19 tahun
2.	Anisa	Solo	18 tahun
3.	Cahyo	Makassar	21 tahun
4.	Rizka	Banjarmasin	20 tahun
5.	Hanifah	Purwokerto	20 tahun

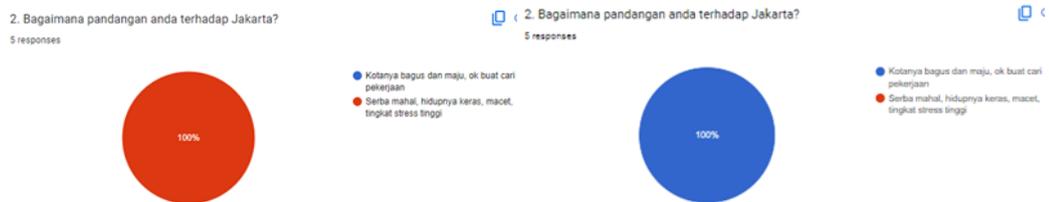
*Pre-test* ditujukan kepada masing-masing kelima responden melalui google form sebelum penayangan video edukasi “Daerah Kontras Ibukota” disebar. Setelahnya, tim memberikan arahan pada tiap responden untuk menyaksikan video edukasi “Daerah Kontras Ibukota” yang telah diunggah melalui platform YouTube secara seksama. Terakhir, tiap responden akan kembali diarahkan untuk mengisi post-test dengan pertanyaan yang sama seperti halnya pada pre-test. Perbandingan jawaban responden dalam pre-test dan post-test kemudian digunakan untuk mengetahui pengaruh penayangan video edukasi “Daerah Kontras Ibukota Jakarta terhadap pandangan responden tentang Jakarta. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, perbandingan jawaban responden di antara kedua tes tersebut dapat dijelaskan ke dalam 6 poin utama, sesuai daftar pertanyaan dalam kedua tes yang telah dicantumkan dalam Tabel 1 sebelumnya.

Pada poin pertama, yaitu pertanyaan yang berbunyi “Apakah Anda tertarik untuk hidup di Jakarta?” terdapat perbedaan signifikan jawaban responden pada *pre-test* dan *post-test*. Jika pada *pre-test* total 5 responden memilih jawaban “Tertarik”, maka pada *post-test* keadaan berbalik menjadi 3 diantaranya memilih “Tidak Tertarik”, sementara dua lainnya masih tetap memilih “Tertarik”. Pada Gambar 2 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pertanyaan pertama pada *pre-test* dan *post-test*.



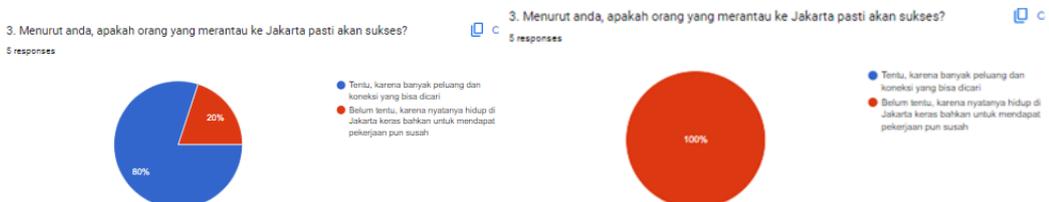
**Gambar 2. Persentase jawaban responden pada pre-test, persentase jawaban responden pada post-test untuk pertanyaan pertama**

Poin kedua, yaitu pertanyaan kedua yang berbunyi “Bagaimana pandangan Anda terhadap Jakarta?”, perbedaan jawaban responden juga terjadi pada *pre-test* dan *post-test*. Pada awalnya, kelima responden memilih jawaban “Kotanya bagus dan maju, ok buat cari pekerjaan” mengenai Jakarta. Namun, jawaban berbanding terbalik ketika kelima responden memilih jawaban “Serba mahal, hidupnya keras, tingkat stress tinggi” pada *post-test*. Pada Gambar 3 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pertanyaan kedua pada *pre-test* dan *post-test*.



**Gambar 3. Persentase jawaban responden pada pre-test, persentase jawaban responden pada post-test untuk pertanyaan kedua.**

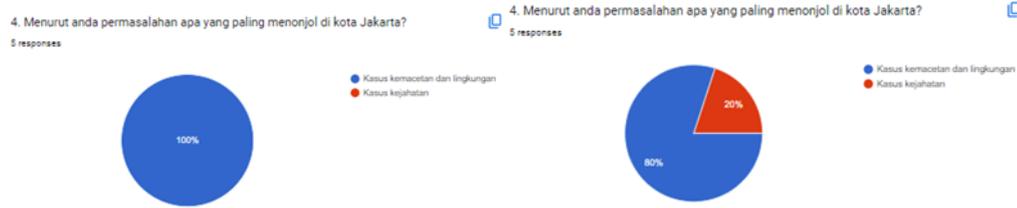
Kemudian, pada poin ketiga yang sejalan dengan pertanyaan ketiga yang berbunyi “Menurut anda, apakah orang yang merantau ke Jakarta pasti akan sukses?”, didapatkan 4 dari 5 responden memilih jawaban “Tentu, karena banyak peluang dan koneksi yang bisa dicari” pada *pre-test*. Mayoritas jawaban kemudian kembali berubah pada *post-test* dengan kelima responden yang seluruhnya memilih pilihan jawaban lainnya, “Belum tentu, karena nyatanya hidup di Jakarta keras bahkan untuk mendapat pekerjaan pun susah”. Pada Gambar 4 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pertanyaan ketiga pada *pre-test* dan *post-test*.



**Gambar 4. Persentase jawaban responden pada pre-test, persentase jawaban responden pada post-test untuk pertanyaan ketiga.**

Pada poin keempat yang berupa pertanyaan keempat yang berbunyi “Menurut anda permasalahan apa yang paling menonjol di kota Jakarta?”, kelima responden memilih jawaban yang sama pada *pre-test*, yaitu “Kasus kemacetan dan lingkungan”. Pertanyaan keempat ini, tidak didapatkan perbedaan berarti terkait jawaban responden pada *post-test*,

dimana 4 dari 5 responden masih memilih jawaban yang sama seperti pada *pre-test*. Pada Gambar 5 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pertanyaan keempat pada *pre-test* dan *post-test*.



**Gambar 5. Persentase jawaban responden pada *pre-test*, persentase jawaban responden pada *post-test* untuk pertanyaan keempat.**

Poin kelima, “Menurut anda, apakah kota Jakarta masih layak dijadikan kota impian semua warga Indonesia?”, total kelima responden memilih jawaban “Ya” pada *pre-test*. Pada Gambar 6 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pada *pre-test* dan *post-test*.



**Gambar 6. Persentase jawaban responden pada *pre-test*, persentase jawaban responden pada *post-test* untuk pertanyaan kelima**

Terakhir, poin keenam yang juga sejalan dengan pertanyaan keenam yang berbunyi “Jadi, apakah anda siap hidup di kota Jakarta?”, kelima responden memilih jawaban yang sama pada *pre-test*, yaitu “Ya”. Kemudian, 4 dari 5 responden mengubah jawabannya pada *post-test* dengan memilih jawaban “Tidak”. Pada Gambar 7 di bawah tampak perbedaan persentase jawaban pertanyaan keenam pada *pre-test* dan *post-test*.



**Gambar 7. Persentase jawaban responden pada *pre-test*, persentase jawaban responden pada *post-test* untuk pertanyaan keenam.**

Berdasarkan 6 poin perbandingan *pre-test* dan *post-test* di atas, dapat terlihat bahwa mayoritas responden mengalami perubahan pandangan atau perspektif tentang Jakarta, yaitu pandangan sebelum dan pandangan sesudah terpapar video edukasi “Daerah Kontras Ibukota”. Hasil *pre-test* yang dilakukan sebelum responden terpapar video edukasi, mayoritas jawaban responden menunjukkan ketertarikannya dan kesiapannya untuk hidup di Jakarta. Ini juga termasuk dengan pandangan positif lainnya terkait Jakarta, mulai dari kota

yang dianggap maju, mudah untuk mencari pekerjaan dan sebagainya. Pandangan positif tersebut kemudian berubah setelah responden terpapar video edukasi yang dibuktikan melalui hasil post-test dengan mayoritas jawaban responden yang berbanding terbalik. Responden mulai menyadari sisi buruk Jakarta yang cukup keras, mulai dari biaya hidup yang mahal, tingkat stress tinggi, kemacetan, sulitnya mencari pekerjaan dan sebagainya. Hal ini juga yang pada akhirnya menjadikan responden tidak tertarik dan tidak siap untuk hidup di Jakarta.

Perbandingan hasil tersebut setidaknya telah membuktikan bahwa video edukasi “Daerah Kontras Ibukota” telah memberikan pengaruh terhadap pandangan target sasaran atau responden tentang Jakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh University of Wisconsin pada 2018 terkait keefektifan pembelajaran melalui video pendek yang telah disebutkan dalam analisis situasi, dimana metode ini mampu membuat audiens lebih fokus dan mudah untuk menyerap informasi. Tidak kalah penting, hasil perbandingan tes juga menjembatani luaran yang diharapkan dari video edukasi “Daerah Kontra Ibukota” itu sendiri, dimana video kedepannya diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran untuk memperluas perspektif masyarakat tentang Jakarta, tidak hanya sisi baiknya melainkan juga sisi buruknya. Ini juga termasuk harapan bahwa video dapat menjadi peringatan bagi masyarakat untuk berpikir kembali sebelum memutuskan hidup di Jakarta, begitu juga menjadi acuan bagi mereka yang tetap ingin hidup di Jakarta agar bersiap menghadapi kerasnya kehidupan Ibukota.

#### 4. SIMPULAN

Penggunaan video yang diproduksi oleh tim peneliti terbukti dapat memberikan perubahan sikap kepada para responden mengenai pandangan mereka terhadap Kota Jakarta. Perubahan sikap responden yang terjadi cukup signifikan dengan angka diatas 50% pada setiap pertanyaan, sehingga media ini efektif digunakan untuk mengubah sikap. Perubahan sikap yang terjadi pada responden sesuai dengan tujuan video “Daerah Kontras Ibukota”, yaitu memberikan gambaran kepada kaum urban, mengenai sisi lain dari Kota Jakarta yang penuh tantangan. Perubahan sikap yang terjadi sebagian besar bersifat “pesimis” terhadap fenomena urbanisasi dan anggapan bahwa Jakarta merupakan kota impian. Penulis berharap bahwa produk visual audio yang disajikan, dapat mengubah sikap lebih banyak khalayak dan meningkatkan pengetahuan khalayak mengenai sisi lain dari Kota Jakarta. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk melengkapi kekurangan penelitian ini baik secara produksi video, maupun metode uji coba yang dilakukan terhadap responden. Peneliti berharap agar penelitian kedepannya dilakukan uji coba dengan metodologi yang lebih mutakhir.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ironi Naiknya Jumlah Orang Bekerja di Jakarta, tapi Masih Banyak yang Susah Cari Kerja Halaman all - Kompas.com.* (2023, November 7). Megapolitan. Retrieved June 19, 2024, from <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/11/07/11013351/ironi-naiknya-jumlah-orang-bekerja-di-jakarta-tapi-masih-banyak-yang?page=all>
- Jakarta Masuk 10 Besar Kota Tingkat Stres Tertinggi, Ini Solusinya.* (2024, January 22). CNN Indonesia. Retrieved June 19, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240122113245-293-1052750/jakarta-masuk-10-besar-kota-tingkat-stres-tertinggi-ini-solusinya>

Majalah Warta Pemeriksa. (2022). In Sekretariat Jenderal Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia (Ed.), (1st ed., Vol. 5).

*Peringkat Kemacetan Jakarta Naik ke Posisi 29 Dunia pada 2022.* (2023, February 15). detikNews. Retrieved June 19, 2024, from <https://news.detik.com/berita/d-6570551/peringkat-kemacetan-jakarta-naik-ke-posisi-29-dunia-pada-2022>