

**Penerapan Teknik Penulisan Naskah pada Produksi Video Iklan
Layanan Masyarakat di DP3A Kota Bogor**

Fania Nur Aisyah Akuan¹, Willy Bachtiar²

^{1,2}IPB University

faniaakuan@apps.ipb.ac.id¹, willybachtiar@apps.ipb.ac.id²

ABSTRACT

This project aims to apply the three-act structure theory in writing a public service advertisement (PSA) script to increase brand awareness of the Family Learning Centre (PUSPAGA) programme of the Department of Women's Empowerment and Child Protection (DP3A) of Bogor City. The project was conducted with a practice-based approach using active participation methods, interviews, and literature studies. The object of study is a video PSA entitled 'You Are Not Alone' which raises the issue of mental health awareness in the family. The script is structured using a three-act narrative model: introduction (setup), conflict development (confrontation), and resolution (resolution), and refers to the communication theory approach to form a persuasive and coherent message. The research resulted in a final production-ready script and visual direction optimised for social media, particularly the Instagram platform. This project confirms the importance of applying structured communication models in digital media production and contributes to the development of academic discourse in the field of scriptwriting based on branding strategies and relevant theoretical approaches.

Keywords: public services announcement, mental health, scriptwriting, three act structure

ABSTRAK

Proyek ini bertujuan untuk menerapkan teori struktur tiga babak dalam penulisan naskah iklan layanan masyarakat (ILM) agar meningkatkan brand awareness program Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor. Proyek dilakukan dengan pendekatan berbasis praktik menggunakan metode partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka. Objek kajian berupa video ILM berjudul "Kamu Tidak Sendirian" yang mengangkat isu kesadaran kesehatan mental dalam keluarga. Naskah disusun secara terstruktur menggunakan model naratif tiga babak: pengenalan (setup), pengembangan konflik (confrontation), dan penyelesaian (resolution), serta mengacu pada pendekatan teori komunikasi untuk membentuk pesan yang persuasif dan koheren. Hasil penelitian berupa naskah final siap produksi dan arahan visual yang dioptimalkan untuk media sosial, khususnya platform Instagram. Proyek ini menegaskan pentingnya penerapan model komunikasi terstruktur dalam produksi media digital dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan wacana akademik di bidang penulisan naskah berbasis strategi branding dan pendekatan teoritis yang relevan.

Kata kunci: iklan layanan masyarakat, kesehatan mental, penulisan naskah, struktur tiga babak

PENDAHULUAN

Kesehatan mental merupakan salah satu aspek fundamental dalam kesejahteraan individu dan masyarakat yang tidak dapat diabaikan. Data menunjukkan bahwa 1 dari 3 remaja (34,9%) atau sekitar 15,5 juta remaja

mengalami masalah kesehatan mental dalam 12 bulan terakhir. Hanya sebanyak 2,6% remaja yang mendapatkan dukungan atau konseling dalam 12 bulan terakhir, menunjukkan masih adanya hambatan dalam mendapatkan layanan kesehatan mental, baik akibat stigma sosial, kurangnya kesadaran, maupun minimnya informasi terkait akses fasilitas yang tersedia (Meliana et al, 2024).

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Iklan dirancang untuk menarik perhatian khalayak, bersifat persuasif, dan memiliki karakteristik tertentu guna mendorong perubahan sikap atau perilaku (Prasetya, 2021). ILM tidak berorientasi pada profit, melainkan bertujuan untuk memberikan manfaat sosial dengan mempengaruhi kesadaran dan perilaku masyarakat terhadap isu tertentu, sehingga organisasi atau lembaga pemerintah menerapkan ILM sebagai wadah mempromosikan program atau kegiatan yang berkaitan dengan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat (Purwasito & Andrik, 2020).

Media sosial adalah media berbasis daring yang mendukung interaksi sosial dan mempermudah komunikasi antar pengguna. Melalui *platform* seperti Instagram, lembaga dapat lebih mudah menyampaikan informasi terkait edukasi, salah satunya melalui pembuatan ILM (Widada, 2018). Peran seorang penulis naskah (*scriptwriter*) turut berperan penting dalam proses produksi ILM. Seorang *scriptwriter* bertanggung jawab dalam menyusun cerita atau naskah yang menarik dan mudah diingat oleh penonton. Seorang *scriptwriter* harus mampu merangkai pesan-pesan penting ke dalam narasi yang efektif sehingga dapat membangkitkan kesadaran serta menginspirasi perubahan perilaku yang positif di masyarakat. Keterampilan dalam menyusun naskah yang komunikatif dan persuasif menjadi kunci utama dalam keberhasilan penyampaian pesan melalui ILM (Susanti, 2021).

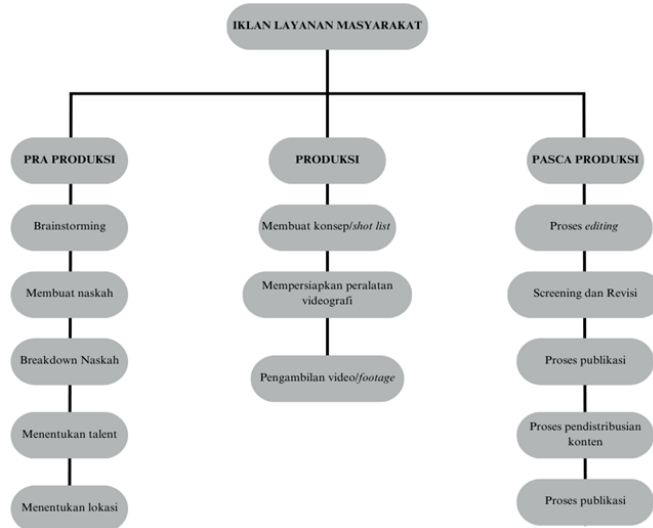
Khususnya untuk iklan layanan masyarakat, naskah tidak hanya harus informatif, tetapi juga emotif dan persuasif. Penggunaan struktur tiga babak dalam penulisan naskah telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik dan pemahaman isi pesan (Jensen dan Harlow 2021). Ini khususnya penting dalam konteks iklan layanan masyarakat, di mana pesan harus disampaikan secara efisien dan efektif dalam jangka waktu yang sangat terbatas. Struktur tiga babak ini dianggap sederhana dan dapat membantu penulisan naskah menjadi lebih terperinci. Struktur tiga babak menguraikan persiapan, konfrontasi, dan resolusi yang memfasilitasi narasi yang jelas dan terorganisir yang meningkatkan keterlibatan penonton (Kristianto & Goenawan, 2021).

Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor merupakan lembaga pemerintah yang memiliki peran dalam mendukung pemberdayaan perempuan serta perlindungan anak. Salah satu layanan yang dikelola DP3A bidang PUSPAGA (Pusat Pembelajaran Keluarga) Wening Asih adalah program layanan konsultasi psikologis dan edukasi keluarga berbasis hak anak. Program ini menyediakan akses layanan gratis yang ditangani oleh tenaga profesional, sehingga bertujuan mampu menciptakan keluarga yang harmonis serta masyarakat yang sehat secara emosional.

Penulisan naskah pada proyek ini bertujuan untuk menjabarkan proses penulisan naskah iklan layanan masyarakat di DP3A Kota Bogor yang mencakup teknik penyusunan naskah, penerapan teori struktur tiga babak dalam pembuatan naskah iklan layanan masyarakat. Penerapan teknik penulisan naskah pada proyek ini diharapkan mampu meningkatkan dampak pesan yang disampaikan serta mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat sesuai dengan tujuan program yang disediakan oleh PUSPAGA DP3A Kota Bogor.

METODE PENELITIAN

Prosedur kerja adalah tahapan atau tata cara dalam pengelolaan sebuah kegiatan dengan baik dan benar. Pembuatan video iklan layanan masyarakat ini menggunakan metode struktur tiga babak yang dimana metode ini sebagai alat pendukung untuk membantu dan mempermudah prosedur kerja proyek yang ada. Prosedur kerja proyek itu sendiri terbagi menjadi tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi (Arief & Nisak, 2022).



Gambar 1. Alur Kerja *Project* ILM DP3A Kota Bogor

Dalam penerapannya, prosedur kerja proyek di tahapan praproduksi diawali dengan proses brainstorming, di mana tahapan ini merupakan proses awal penyusunan konsep dari pembuatan naskah dengan penerapan teori struktur tiga babak hingga pembuatan *story board* serta *timeline editing* berdasarkan naskah yang sudah dibuat. Selanjutnya di tahapan produksi melakukan *material collecting* atau pengumpulan bahan. Pada tahap ini merupakan tanggung jawab dari *camera person* untuk melakukan pengambilan gambar serta aset yang akan menjadi bahan utama dalam tahapan pengeditan. Setelah tahap tersebut selesai, maka masuk ke tahapan terakhir yaitu pasca produksi yang menerapkan *assembly* atau penyuntingan dimana tahap ini merupakan tahapan proses *editing*. Selain itu juga menerapkan testing atau

pengujian serta yang terakhir *distribution* atau pendistribusian yaitu proses publikasi.

Pelaksanaan kegiatan proyek pembuatan iklan layanan masyarakat dilaksanakan di Kantor DP3A Kota Bogor, Jl. Ciwaringin No.99, RT.01/RW.09, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124. Waktu kegiatan proyek ini dilakukan mulai dari bulan Februari sampai dengan Mei 2025.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang dilakukan untuk memudahkan peneliti mencari data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dibantu oleh instrumen pengumpulan data yang merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data-data dari kegiatan. Beberapa jenis teknik yang terdapat dan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pencarian data dalam penyusunan laporan proyek akhir ini, yaitu:

1. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif, yaitu ikut berperan dan berkontribusi secara langsung dengan menjadi penulis naskah yang terlibat dalam proses pembuatan iklan layanan masyarakat di DP3A Kota Bogor.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengajukan pertanyaan dalam pengumpulan informasi sebagai bahan untuk pembuatan iklan layanan masyarakat melalui sesi tanya jawab dengan nasasumber Irfan Fitrahadi selaku Kepala Bidang Data DP3A Kota Bogor.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan cara mencari data-data atau informasi yang diperlukan melalui berbagai sumber jurnal internet sebagai bahan untuk mendukung penulisan laporan proyek akhir ini.

Subjek proyek akhir dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat ini berfokus pada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor, yang bertugas pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Proses pembuatan video berlangsung di kantor Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor yang beralamat di Jl. Ciwaringin No.99, RT.01/RW.09, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124. Dalam pelaksanaannya, Irfan Fitrahadi selaku Kepala Bidang Data, Informasi, dan Peningkatan Kualitas Keluarga turut berperan penting dalam memberikan izin, masukan, serta saran yang mendukung kelancaran produksi video iklan layanan masyarakat ini.

Pembuatan proyek akhir ini menggunakan alat dan bahan sebagai pendukung proses pembuatan proyek akhir. Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam membuat naskah iklan layanan masyarakat di DP3A Kota Bogor yaitu laptop sebagai alat yang menunjang penulis untuk mencari ide, inspirasi, informasi mengenai naskah yang akan digunakan dalam iklan layanan masyarakat DP3A Kota Bogor. Aplikasi Celtx merupakan perangkat lunak penulisan naskah dan kolaborasi penulis naskah, produser film dan televisi, produser teater, radio, podcast, dan komik. Celtx digunakan penulis untuk membantu dalam penulisan naskah agar sesuai dengan standar industri yang khas untuk naskah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Penulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat di DP3A Kota Bogor

Proses produksi penulisan naskah iklan layanan masyarakat (ILM) yang dilakukan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Bogor berperan dalam menyampaikan pesan edukatif mengenai kesehatan mental secara persuasif dan menarik. ILM ini menjadi medium strategis bagi Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPAGA) Wening Asih dalam memberi edukasi serta memperkenalkan layanan konsultasi berbasis hak anak kepada berbagai lapisan masyarakat, mulai dari remaja, orang dewasa, hingga orang tua untuk membangun kesadaran publik. Video berdurasi 1 menit 15 detik ini dirancang dengan mengintegrasikan elemen visual, narasi audio, dan testimoni yang dirancang untuk membangun brand awareness terhadap program pemerintah daerah. Penulis naskah (scriptwriter) memiliki peran utama dalam membentuk narasi yang menyentuh sisi emosional audiens dan menekankan pentingnya kesadaran akan kesehatan mental dalam konteks keluarga.

Tahapan penulisan naskah dilakukan secara sistematis melalui tiga fase utama, yaitu: brainstorming, perencanaan, dan persiapan produksi (Sutardi & Ernaningsih, 2022). Pada tahap brainstorming, penulis naskah bersama tim produksi mengadakan tiga kali pertemuan dengan pihak Puspaga DP3A Kota Bogor untuk merumuskan ide utama dan premis cerita. Diskusi ini bertujuan menggali isu-isu kesehatan mental yang sering muncul dalam layanan konsultasi Puspaga, dan teridentifikasi bahwa isu tersebut masih kurang mendapatkan perhatian yang serius di tingkat keluarga. Tema yang diangkat difokuskan pada pentingnya dukungan emosional dan akses terhadap layanan profesional sebagai solusi.

Tahap kedua, perencanaan, melibatkan koordinasi intensif antara penulis naskah dengan videografer. Tahap ini melakukan *breakdown* naskah secara rinci, mencakup alur cerita, latar tempat, pemilihan properti, pemilihan talent, teknik pengambilan gambar, penjadwalan produksi, serta penyusunan anggaran produksi. Tahap ketiga adalah persiapan produksi, yang mencakup pembuatan *storyboard* berdasarkan naskah akhir. *Storyboard* berfungsi sebagai panduan visual yang mempermudah tim produksi dalam mengarahkan pengambilan gambar sesuai dengan konsep yang telah disepakati. Persiapan lainnya termasuk penentuan lokasi syuting, pengadaan peralatan produksi seperti kamera, mikrofon, tripod, serta konfirmasi kehadiran *talent*.

Selain memperhatikan langkah-langkah penulisan, sebuah naskah ILM juga harus memenuhi tiga komponen naskah yaitu judul, naskah, dan ilustrasi adegan (Putri & Fauzi, 2025). Proyek ini diberi judul "Kamu Tidak Sendirian" sebagai bentuk penegasan bahwa audiens tidak sendiri dalam menghadapi tekanan psikologis. Kedua, naskah ini merupakan susunan kalimat yang berisi rangkaian cerita dan pesan informasi yang hendak disampaikan kepada penonton. Pemilihan diksi dilakukan secara saksama untuk memengaruhi dan mengubah sikap, pandangan, serta perilaku khalayak sesuai dengan tujuan iklan. Penulisan naskah ini menggunakan bantuan aplikasi Celtx agar format dan struktur penulisan sesuai dengan standar penulisan naskah. Ketiga, ilustrasi diwujudkan dalam bentuk *storyboard* yang menggambarkan

visualisasi setiap adegan. *Storyboard* ini berfungsi sebagai acuan visual yang digunakan oleh tim produksi, khususnya videografer, untuk menentukan sudut pengambilan gambar (*angle*) dan pergerakan kamera (*movement*) yang sesuai dengan narasi dan konsep yang telah disusun. Pembuatan *storyboard* ini dilakukan secara kolaboratif antara penulis naskah dan videografer guna memastikan keselarasan antara pesan naratif dan penyampaian visual.

Proses penulisan naskah iklan layanan masyarakat (ILM) ini mengacu pada prinsip-prinsip penulisan naskah yang sistematis yaitu terdapat ide, premis, alur, plot, serta deskripsi karakter (Alfathoni & Roy, 2022). Ide dasar dirumuskan secara kolektif melalui diskusi internal tim produksi, menghasilkan tema utama yang kontekstual dan relevan yakni pentingnya kesehatan mental khususnya di lingkungan keluarga. Tema ini dipilih berdasarkan urgensi sosial serta meningkatnya kesadaran publik terhadap isu pengetahuan terkait kesehatan mental. Premis dirumuskan dalam satu kalimat yang mencerminkan nilai pesan yang ingin disampaikan, yaitu: "Ciptakan kedamaian, dimulai dari aksi yang nyata." Kalimat tersebut menjadi fondasi pengembangan cerita sekaligus mengarahkan kerangka pesan secara konsisten ke dalam struktur naskah.

Struktur alur dikembangkan dengan pendekatan kombinitif. Penyusunan plot tidak mengikuti pola tunggal, melainkan menggabungkan elemen narasi linier dan non-linier yang menghasilkan progresi emosional kuat. Audiens dapat mendengarkan perjalanan emosional para tokoh dari konflik menuju penyelesaian, guna menekankan pentingnya peran individu dan lingkungan sosial dalam menangani persoalan kesehatan mental. Karakterisasi dibangun secara representatif melalui enam tokoh utama yang mewakili rentang usia berbeda yaitu dua remaja, dua dewasa, dan dua orang tua. Setiap karakter memiliki latar belakang psikologis yang berbeda, namun dipersatukan dalam satu benang merah naratif, yaitu kesadaran untuk menghadapi tekanan mental. Representasi ini menunjukkan bahwa masalah psikologis bersifat lintas usia, sekaligus menegaskan pentingnya empati, dukungan antar anggota keluarga, serta akses informasi penanganan yang tepat.

Penerapan Teknik Struktur Tiga Babak pada Peneulisan Naskah Iklan Layanan Masyarakat di DP3A Kota Bogor

Struktur tiga babak atau *Three Act Structure* merupakan salah satu pendekatan naratif yang paling banyak digunakan dalam produksi karya audiovisual, termasuk iklan layanan masyarakat (ILM). Kerangka ini membagi cerita ke dalam tiga bagian utama: pengenalan (*setup*), pengembangan konflik (*confrontation*), dan penyelesaian (*resolution*) (Hadirahardja & Santyaputri, 2020). Model ini diperkuat oleh teori Syd Field (2005) yang menjelaskan struktur tersebut dalam bukunya *Screenplay: The Foundations of Screenwriting* sebagai Babak I (*setup*), Babak II (*confrontation*), dan Babak III (*resolution*), yang masing-masing memainkan peran penting dalam membentuk perjalanan emosional dan logika cerita.

Proses penulisan naskah untuk ILM "Kamu Tidak Sendirian", struktur tiga babak diterapkan secara sistematis sebagai berikut:

a. Setup (Babak I)

Babak ini berfungsi sebagai fondasi cerita, memperkenalkan karakter, latar, dan situasi awal. Tahapan ini mencakup *planting of information*, *inciting incident*, dan *plot point 1* (Kristianto dan Goenawan, 2021). Bagian pembuka ILM menampilkan tokoh-tokoh dari berbagai kalangan usia (remaja, dewasa, orang tua) dalam *setting* studio, yang menyampaikan narasi emosional seperti “Kita semua mengalami hari yang sulit”. Kalimat ini berfungsi sebagai *planting incident*, memperkenalkan kondisi psikologis karakter dan latar sosial mereka. Selanjutnya, *inciting incident* dimunculkan melalui narasi “Waktu-waktu di mana semuanya terasa terlalu berat”, yang menjadi titik picu konflik utama. Kalimat ini menandai transisi dari pengenalan ke fase konflik. *Plot point 1* hadir dalam ekspresi seperti “Rasanya seperti mau meledak”, yang menggambarkan puncak tekanan batin para tokoh dan menjadi penghubung antara babak pertama dengan babak konfrontasi.

b. Confrontation (Babak II)

Babak ini menggambarkan eskalasi konflik secara emosional dan naratif. Babak confrontation merupakan isi utama cerita yang menyajikan kompleksitas masalah, yang mengarah pada perubahan sikap karakter (Nursalim et al, 2020). Dalam ILM ini, konflik diperkuat melalui narasi seperti “Luka dari masa kecil yang tak kunjung mengering” dan tekanan kehidupan sehari-hari yang dialami para karakter. Konfrontasi ini tidak hanya menggambarkan penderitaan, tetapi juga membangun momentum emosional yang memuncak saat karakter mulai menunjukkan kesadaran dan perubahan.

Titik balik dalam babak ini ditandai dengan kalimat seperti “Kamu nggak sendirian. Cari bantuan!”, yang menyuarkan harapan serta memperkenalkan solusi. Momentum ini tidak hanya penting secara naratif, tetapi juga menjadi ajakan implisit kepada audiens untuk turut merefleksikan dan merespons isu yang diangkat.

c. Resolution (Babak III)

Babak penutup berperan sebagai ruang penyelesaian konflik dan penyampaian solusi. Teori babak ini menyatukan seluruh elemen cerita dalam satu kesimpulan dramatis (Field, 2005). Pada ILM ini, resolusi ditampilkan melalui perubahan ekspresi karakter yang awalnya frustrasi menjadi tenang dan optimis, misalnya dalam kalimat “Minta bantuan itu bukan tanda kelemahan” dan “Cerita ke orang terdekatmu.”

Penutup iklan tidak hanya mengandalkan visual, tetapi juga narasi yang dibawakan oleh perwakilan PUSPAGA dan Kepala Dinas DP3A Kota Bogor. Kalimat seperti “Ciptakan kedamaian, dimulai dari aksi yang nyata” menyampaikan ajakan yang tegas dan persuasif. Narasi akhir ini dilengkapi dengan informasi konkret berupa kontak layanan PUSPAGA, yang memperkuat ajakan kepada masyarakat untuk bertindak.

Struktur tiga babak ini memungkinkan penyampaian pesan dilakukan secara bertahap dan emosional, menciptakan alur yang progresif serta meningkatkan keterlibatan audiens. Penerapan struktur teori tiga babak ini juga memperkuat strategi komunikasi visual dengan mengintegrasikan teori narasi dan teknik penulisan naskah. Hasilnya, penulisan naskah ILM “Kamu Tidak Sendirian” menjadi

tidak hanya sistematis dan komunikatif, tetapi juga menyentuh secara psikologis. Pesan tentang pentingnya menjaga kesehatan mental dalam keluarga dapat tersampaikan secara efektif dan menginspirasi tindakan nyata masyarakat untuk memanfaatkan layanan yang tersedia di DP3A Kota Bogor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penulisan naskah iklan layanan masyarakat (ILM) PUSPAGA DP3A Kota Bogor, khususnya melalui karya berjudul “Kamu Tidak Sendirian”, menunjukkan bahwa proses penulisan naskah dalam produksi video ILM pemerintah tidak hanya bersifat teknis, melainkan juga strategis dan berbasis pendekatan teoritis yang kuat. Melalui tahapan yang komprehensif yakni brainstorming, perencanaan, dan persiapan naskah ini dirancang untuk mengangkat isu kesehatan mental dalam konteks keluarga, sebuah tema yang relevan namun sering terabaikan di ruang publik. Keterlibatan langsung tim PUSPAGA dan dukungan struktural dari DP3A Kota Bogor menegaskan bahwa produksi ILM memiliki peran edukatif yang nyata.

Penerapan teori *Three Act Structure* atau struktur tiga babak menjadi fondasi naratif yang mampu mengemas pesan kompleks menjadi cerita yang menjangkau emosional dengan mudah. Babak I (setup) membangun empati dengan menggambarkan kondisi psikologis para tokoh. Babak II (konfrontasi) menampilkan eskalasi konflik batin yang bersifat personal dan sosial, sementara Babak III (resolusi) menyajikan solusi konkret sekaligus ajakan bertindak melalui peran lembaga layanan seperti PUSPAGA. Implementasi ini tidak hanya memperjelas alur cerita, tetapi juga meningkatkan efektivitas komunikasi publik.

Dengan demikian, penerapan struktur tiga babak dalam penulisan naskah ILM terbukti mendukung keterlibatan emosional audiens, memperkuat penyampaian pesan, dan mendorong perubahan sikap masyarakat. Temuan ini menegaskan pentingnya integrasi teori komunikasi dalam praktik kreatif penyusunan pesan layanan masyarakat, terutama dalam kampanye yang bersifat advokatif dan berbasis kepentingan publik.

Sebagai bentuk upaya optimalisasi dalam produksi iklan layanan masyarakat di lingkungan pemerintahan, diharapkan agar lembaga seperti DP3A Kota Bogor mengadopsi secara berkelanjutan model penulisan berbasis struktur tiga babak sebagai standar internal dalam penyusunan naskah kampanye publik. Selain itu, pelatihan penulisan naskah yang berfokus pada pendekatan naratif dan *storytelling* visual perlu diberikan kepada tim komunikasi, humas, dan produksi konten untuk meningkatkan kualitas pesan yang disampaikan. Kolaborasi lintas profesi antara *scriptwriter*, *videographer*, psikolog, dan komunikator publik juga dapat memperkaya sudut pandang serta meningkatkan ketepatan pesan, terutama dalam isu-isu sensitif seperti kesehatan mental.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfathoni, M.A.M., & Roy, J. (2022). Pelatihan Penulisan Naskah Film Fiksi Menggunakan Final Draft di Mataniari Pictures. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(2), 317-322.
- Arief, M. Y., & Nisak, M. (2022). Pengaruh Prosedur Kerja, Kompetensi, dan Kepuasan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PG. Asembagoes. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 386.
- Field, S. (2005). *Screenplay The Foundations of Screenwriting*. Bantam.
- Hadirahardja, E.A, Santyaputri, L.P. (2020). Perancangan Struktur Cerita Film Pendek "Dipethuk". *Prosiding: Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual*, 301-308.
- Jensen, L., Harlow, S. (2021). Effective Structures in Screenwriting: Enhancing Engagement Through Three-Act Stories. *Journal of Media and Communication Studies*.
- Kristianto, B.R., Goenawan, A.O. (2021). Analisis Struktur Naratif Tiga Babak Film Story of Kale. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 05(2), 89-108. doi:10.30829/komunikologi.v5i2.9610.
- Meliana, T., Abdurahman, A., & Mirza, M. (2024). Aktivitas Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Informasi Kesehatan Mental pada Instagram @Howslife.Id. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 957-965. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11140662>.
- Nursalim, M.P, Risnawati, E., & Mubarok, Z. (2020). *Penulisan Kreatif*. Unpam Press.
- Prasetya, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Iklan di Produk Cetak dan Produk Online Lembaga Pers Mahasiswa Dinamika UIN SUMUT. *Jurnal Komunika*, 17 (2), 31-41. doi: <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7573>.
- Purwasito, Andrik. (2020). Pemanfaatan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Guna Meningkatkan Hasil Penghimpunan Dana Organisasi Nirlaba Lembaga Amil Zakat (LAZ) Solopeduli-Surakarta. *Abdimas BSI*, 3 (1), 1-11. doi: <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i1.5566>
- Putri, R.A, Fauzi, R. (2025). Peran Copywriter dalam Pembuatan Kampanye Iklan "Jakarta 101" Wisata Lokal di Jakarta. *Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 65-75. doi: <https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i1.326>.
- Susanti, I. (2021). *Seputar Naskah Televisi, Pengetahuan Dasar Untuk Pemula*. Deepublish.
- Sutardi, Ernarningsih. (2022). Proses Kreatif Menulis Usaha Interpretasi Nilai Pendidikan dalam Karya Sastra. *Pentas: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 08(1), 31-40.
- Widada CK. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23-30. doi: <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>.