

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media

Media adalah setiap orang, bahan, alat, atau peristiwa yang dapat menciptakan kondisi yang memungkinkan pelajar untuk menerima pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Dengan pengertian itu, guru atau dosen, buku ajar, dan lingkungan adalah media. Setiap media merupakan sarana untuk menuju ke suatu tujuan. Di dalamnya terkandung informasi yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain (Sri Anitah, 2008: 12).

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

1. Media Visual : media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.
2. Media Audio: media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.
3. Media Audio Visual: media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VCD. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet (Susilana,2009).

2.2 Iklan

Iklan adalah komunikasi komersil dan non-personal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak melalui media bersifat massa seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail*, reklame luar ruang, kendaraan umum (Lee dan Jonson, 2007:3).

Salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya merupakan pengertian dari iklan. Bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atas keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian disebut dengan iklan.

Philip Kotler dalam Durianto (2003) menyebutkan bahwa tujuan periklanan yang berkaitan dengan sasaran perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Periklanan untuk memberi informasi (*informative*).

Iklan untuk memberi informasi (*informative*) kepada khalayak tentang seluk-beluk suatu produk. Biasanya iklan dengan cara ini dilakukan secara besar-besaran pada tahap awal peluncuran suatu jenis produk dengan tujuan membentuk permintaan awal. Dalam hal ini, kebutuhan suatu produk yang sebelumnya “tersembunyi” atau masih berupa persepsi dapat diperjelas lewat iklan. Pada umumnya, iklan yang bersifat informative digunakan untuk merek yang siklus hidupnya berada di tahap pengenalan (*introduction stage*).

2. Periklanan untuk membujuk (*persuasive*).

Periklanan untuk membujuk (*persuasive*), dilakukan dalam tahap kompetitif. Tujuannya adalah membentuk permintaan selektif produk tertentu. Dalam hal ini, perusahaan melakukan persuasi secara tidak langsung dengan memberikan informasi tentang kelebihan produk yang akan merubah pikiran orang untuk melakukan tindakan pembelian. Pada umumnya, periklanan yang bersifat membujuk digunakan untuk merk yang siklus kehidupannya pada taraf pertumbuhan (*growth stage*).

3. Periklanan untuk mengingatkan (*reminding*).

Periklanan untuk mengingatkan (*reminding*) digunakan untuk menyegarkan informasi yang pernah diterima masyarakat. Iklan ini sangat penting untuk produk yang sudah mapan. Bentuk iklan jenis ini adalah iklan penguat (*reinforcement advertising*) yang bertujuan menyakinkan pembeli sekarang bahwa mereka telah melakukan tindakan pembelian yang benar. Umumnya, iklan jenis ini digunakan pada fase kedewasaan (*maturity*) suatu merk.

2.2.1 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bermanfaat untuk menggerakkan solidaritas masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial. Didalamnya menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum (Kasali, 2006). Bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat merupakan pengertian dari Iklan Layanan Masyarakat (Madjadikara, 2004).

Menurut Kasali (1993: 201) Sebuah pengumuman yang tidak mengambil keuntungan dan mempromosikan progam-progam, kegiatan-kegiatan, atau pelayanan-pelayanan dari pemerintah pusat/lokal, atau dari organisasi sosial, dan pengumuman-pengumuman lain yang dikenal sebagai pelayanan masyarakat merupakan pengertian dari Iklan Layanan Masyarakat.

Nuradi (dalam Subroto, 2010: 21) mengartikan Iklan Layanan Masyarakat adalah sejenis periklanan yang dilakukan oleh suatu organisasi maupun non-komersial maupun komersial (sering juga disebut pemerintah) untuk mencapai tujuan sosial maupun sosio-ekonomis, (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat).

Menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia Iklan Layanan Masyarakat adalah jenis periklanan yang dilakukan oleh pemerintah, suatu organisasi komersial atau pun nonkomersial untuk mencapai tujuan sosial terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui Iklan Layanan Masyarakat orang bisa diajak berkomunikasi guna memikirkan sesuatu yang bersifat memunculkan kesadaran baru yang bersumber dari nurani individual maupun

kelompok. Di antaranya hal-hal yang berorientasi tentang lingkungan hidup, sosial kemasyarakatan dan kebudayaan.

Untuk melayani kepentingan sosial tanpa menuntut imbalan merupakan tujuan dari Iklan Layanan Masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat harus memenuhi beberapa kriteria, menurut Ad Council (Dewan Periklanan Amerika Serikat), kriteria yang dapat dipakai adalah:

1. Tidak komersial
2. Tidak bersifat keagamaan
3. Tidak bersifat politik
4. Berwawasan nasional
5. Diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat
6. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima
7. Dapat diiklankan
8. Mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional (Kasali, 1993: 202).

2.3 KTP-EL

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan, Kartu Tanda Penduduk, selanjutnya disingkat KTP, adalah identitas resmi Penduduk sebagai bukti diri yang diterbitkan oleh Instansi Pelaksana yang berlaku di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sedangkan pengertian KTP-EL menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2009 tentang Penerapan Kartu Tanda Penduduk Berbasis Nomor Induk Kependudukan Secara Nasional adalah KTP yang memiliki spesifikasi dan format KTP Nasional dengan sistem pengamanan khusus yang berlaku sebagai identitas resmi yang diterbitkan oleh instansi pelaksana.

KTP mencantumkan gambar lambang Garuda Pancasila dan peta wilayah Negara Republik Indonesia, memuat keterangan tentang NIK, nama, tempat tanggal lahir, laki-laki atau perempuan, agama, status perkawinan, golongan darah, alamat, pekerjaan, kewarganegaraan, pas foto, masa berlaku, tempat dan tanggal dikeluarkan KTP, tanda tangan pemegang KTP, serta memuat nama dan nomor induk pegawai pejabat yang menandatangani (Hanifa Yustikaningrum, 2016).



Gambar 2.1 Contoh (Kartu Tanda Penduduk Elektronik) KTP-EL

Struktur KTP-EL terdiri dari sembilan layer yang akan meningkatkan pengamanannya dari KTP konvensional. Chip yang ditanam di antara plastik putih dan transparan pada dua layer teratas. Chip ini memiliki antena di dalamnya yang akan mengeluarkan gelombang jika digesek. Gelombang inilah yang akan dikenali oleh alat pendeteksi KTP-EL sehingga dapat diketahui apakah KTP tersebut berada di tangan orang yang benar atau tidak. Untuk menciptakan KTP-EL dengan sembilan layer, tahap pembuatannya cukup banyak, diantaranya:

1. *Hole punching*, yaitu melubangi kartu sebagai tempat meletakkan chip.
2. *Pick and pressure*, yaitu menempatkan chip di kartu.
3. *Implanter*, yaitu pemasangan antena (pola melingkar berulang menyerupai spiral).
4. *Printing*, yaitu pencetakan kartu.
5. *Spot welding*, yaitu pengepresan kartu dengan aliran listrik.
6. *Laminating*, yaitu penutupan kartu dengan plastik pengaman.

2.3.1 Fungsi dan Kegunaan KTP-EL

Menurut e-ktp.com fungsi dan kegunaan KTP-EL adalah sebagai berikut :

1. Sebagai identitas jati diri
2. Berlaku Nasional, sehingga tidak perlu lagi membuat KTP lokal untuk pengurusan izin, pembukaan rekening Bank, dan sebagainya;
3. Mencegah KTP ganda dan pemalsuan KTP; Terciptanya keakuratan data penduduk untuk mendukung program pembangunan.

Penerapan KTP berbasis NIK (Nomor Induk Kependudukan) telah sesuai dengan pasal 6 Perpres No.26 Tahun 2009 tentang Penerapan KTP berbasis Nomor Induk Kependudukan Secara Nasional Jo Perpres No. 35 Tahun 2010 tentang perubahan atas Perpres No. 26 Tahun 2009 yang berbunyi :

1. KTP berbasis NIK memuat kode keamanan dan rekaman elektronik sebagai alat verifikasi dan validasi data jati diri penduduk;
2. Rekaman elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berisi biodata, tanda tangan, pas foto, dan sidik jari tangan penduduk yang bersangkutan;
3. Rekaman seluruh sidik jari tangan penduduk disimpan dalam database kependudukan;
4. Pengambilan seluruh sidik jari tangan penduduk sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan pada saat pengajuan permohonan KTP berbasis NIK, dengan ketentuan : Untuk WNI, dilakukan di Kecamatan; dan Untuk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap dilakukan di Instansi Pelaksana.
5. Rekaman sidik jari tangan penduduk yang dimuat dalam KTP berbasis NIK sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berisi sidik jari telunjuk tangan kiri dan jari telunjuk tangan kanan penduduk yang bersangkutan;
6. Rekaman seluruh sidik jari tangan penduduk sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
7. Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara perekaman sidik jari diatur oleh Peraturan Menteri.

2.3.2 Syarat-Syarat Pembuatan KTP-EL

Seperti tertulis dalam Pasal 14 Perpres 96/2018, penerbitan KTP-EL bagi warga negara Indonesia (WNI) atau warga asing terbagi menjadi:

1. Penerbitan KTP-EL baru
2. Penerbitan KTP-EL karena pindah datang
3. Penerbitan KTP-EL karena perubahan data
4. Penerbitan KTP-EL karena perpanjangan bagi penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap
5. Penerbitan KTP-EL karena hilang atau rusak
6. Penerbitan KTP-EL di luar domisili

"Perekaman dan penerbitan KTP-EL baru oleh Disdukcapil Kabupaten/Kota di luar domisili dapat dilakukan dengan memenuhi persyaratan tidak melakukan perubahan data penduduk dan KK," bunyi Pasal 22.

Berikut syarat dan kondisi penerbitan KTP-EL seperti tertulis dalam Perpres tersebut:

1. Penerbitan KTP-EL baru
 - Untuk WNI, syaratnya:
 - a. Telah berusia 17 tahun, sudah kawin, atau pernah kawin
 - b. KK
 - Untuk penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap, syaratnya:
 - a. Telah berusia 17 tahun, sudah kawin, atau pernah kawin
 - b. KK
 - c. Dokumen Perjalanan
 - d. Kartu izin tinggal tetap
2. Penerbitan KTP-EL karena pindah datang
 - Untuk WNI, syaratnya:
 - a. Surat keterangan pindah dari Disdukcapil Kabupaten/Kota atau UPT Disdukcapil Kabupaten/Kota daerah asal
 - b. KK
 - Untuk WNI yang datang dari luar wilayah NKRI, syaratnya:
 - a. Surat keterangan pindah dari Perwakilan RI

- b. KK
- 3. Penerbitan KTP-EL karena pindah datang bagi penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap harus memenuhi persyaratan surat keterangan pindah.
- 4. Penerbitan KTP-EL karena perubahan data bagi WNI atau penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap, syaratnya:
 - a. KK
 - b. KTP-EL lama
 - c. Kartu izin tinggal tetap
 - d. Surat keterangan atau bukti perubahan Peristiwa Kependudukan dan Perubahan Penting
- 5. Penerbitan KTP-EL karena perpanjangan bagi penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap, syaratnya:
 - a. KK
 - b. KTP-EL lama
 - c. Dokumen Perjalanan
 - d. Kartu izin tinggal tetap.
- 6. Penerbitan KTP-EL karena hilang atau rusak bagi WNI atau penduduk orang asing yang memiliki izin tinggal tetap, syaratnya:
 - a. Surat keterangan hilang dari kepolisian
 - b. KTP-EL yang rusak
 - c. KK
 - d. Dokumen Perjalanan Republik Indonesia atau Dokumen Perjalanan
 - e. Kartu izin tinggal tetap.

2.4 Masyarakat

2.4.1 Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah golongan masyarakat kecil terdiri dari beberapa manusia, yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh- mempengaruhi satu sama lain. (Hasan Shadily 1984:47).

Menurut Mayor Polak dalam Abu Ahmadi (2003:96), menyebutkan bahwa masyarakat adalah wadah segenap antar hubungan sosial terdiri atas banyak sekali

kolektiva-kolektiva serta kelompok dalam tiap-tiap kelompok terdiri atas kelompok-kelompok lebih baik atau sub kelompok.

Sedangkan menurut Djodiguno tentang masyarakat adalah suatu kebulatan dari pada segala perkembangan dalam hidup bersama antar manusia dengan manusia (dalam Abu Ahmadi 2003:97). Pendapat lain mengenai masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang sama-sama ditaati dalam lingkungannya.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam kehidupan bermasyarakat menurut Abu Ahmadi (2003):

- a. Harus ada pengumpulan manusia, dan harus banyak, bukan pengumpulan binatang.
- b. Telah bertempat tinggal dalam waktu yang lama dalam suatu daerah tertentu.
- c. Adanya aturan-aturan atau undang-undang yang mengatur mereka untuk menuju kepada kepentingan-kepentingan dan tujuan bersama.

Dari penjelasan dan ciri-ciri di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekelompok manusia majemuk yang tinggal dalam satu teritorial tertentu dan terdiri dari beraneka ragam kelompok yang memiliki kesepakatan bersama berupa aturan-aturan ataupun adat istiadat yang timbul dan tercipta karena kebersamaan tersebut. Adanya aturan atau adat ini sangat bergantung dengan masyarakat itu sendiri dan juga kesepakatan bersama yang timbul setelah kehidupan itu berlangsung dalam waktu yang lama.

2.4.2 Penggolongan Masyarakat Berdasarkan Batasan Lanjut Usia

Defenisi penduduk lanjut usia berbeda dari satu negara dengan negara lain. Dan defenisi ini juga masih bisa berubah dan dipengaruhi oleh bentuk kegiatan ekonomi dan perbedaan jenis kelamin disuatu masyarakat tertentu.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), usia lanjut meliputi :

- a. Usia Pertengahan (Middle Age) = antara 45 – 59 tahun.
- b. Usia lanjut (Elderly) = antara 60 – 70 tahun.

- c. Usia lanjut tua (Old) = antara 75 – 90 tahun.
- d. Usia sangat tua (Very Old) = di atas 90 tahun.

Sumiati Ahmad Mohamad, membagi periodisasi biologis perkembangan manusia sebagai berikut :

0 - 1 tahun	=	masa bayi
1 - 6 tahun	=	masa pra sekolah
6 - 10 tahun	=	masa sekolah
10 - 20 tahun	=	masa pubertas
20 - 40 tahun	=	masa dewasa
40 - 65 tahun	=	masa setengah umur (Prasenum)
60 tahun ke atas	=	masa lanjut usia (Senium).

2.5 Animasi

Terdapat unsur animasi di dalam *motion graphic*. Animasi berasal dari bahasa latin, *Anima* yang berarti memberi nyawa, hidup, jiwa dan semangat. Animasi sendiri memiliki arti sebagai seni memanipulasi gambar menjadi seolah-olah hidup dan bergerak. Animasi juga merupakan sekumpulan beberapa gambar yang dirangkai, dengan pergerakan yang cepat dan berkelanjutan atau terus-menerus memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya.

Penjelasan animasi sebagai dasar sebuah seni dalam mempelajari gerakan suatu objek, dan gerakan merupakan sesuatu hal yang paling diutamakan agar suatu objek atau karakter dapat terlihat nyata. Gerakan memiliki hubungan yang erat dalam pengaturan waktu dalam animasi (Maestri & Adindha, 2006)

Menurut Vaughan (2004), animasi adalah usaha untuk membuat presentasi statis menjadi hidup. Animasi merupakan sebuah perubahan visual sepanjang waktu yang memberi kekuatan besar terhadap proyek multimedia dan halaman web yang dibuat. Di dalam multimedia, animasi merupakan penggunaan dari komputer untuk menciptakan gerakan pada layar. Kesimpulan dari pengertian animasi yang sudah ada bahwa, animasi mewujudkan suatu teknik untuk menciptakan sebuah karya audio dan visual yang berdasarkan pada pengaturan waktu dan gambar.



Gambar 2.2 Salah satu contoh Animasi

2.6 *Motion Graphic*

Motion graphic atau motion grafis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menciptakan suatu desain komunikasi yang dinamis dan efektif untuk film, televisi dan internet. Pada dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika dimana pemirsa/*audience* memutuskan apakah tidak atau akan untuk saluran, keluar dari situs web, atau ketika menonton trailer, untuk melihat film. Maka dari itulah diperlukan strategi, kreativitas, dan keterampilan dari seorang *desainer broadcasting*, *desainer* judul film dan animator dalam seni motion grafis (Curran, 2000).

Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai beberapa pertimbangan untuk menghasilkan *motion graphic* yang efektif:

1. *Spatial*

Merupakan pertimbangan ruangan, terdiri dari arah, ukuran, arah acuan, arah gerakan, perubahan ketika gerakan dipengaruhi gerakan lain, hubungan pergerakan terhadap batas-batas *frame*.

2. *Temporal*

Di dunia video dan film, time atau waktu menggambarkan secara numeric sebagai *frame per second (fps)*.

3. *Live Action*

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan ketika bekerja dengan konten *live action* termasuk bentuk atau konteks, properti film, dan sifat sinematik, seperti *tone, contrast, lighting, depth of field, focus, camera angle, shot size, dan mobile framing*.

4. *Typographic*

Type merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam grafis desain. Hal yang perlu diperhatikan pada *typography* yaitu tipe huruf, ukuran, kapital atau huruf kecil.

2.7 Tahapan Pembuatan Iklan

2.7.1 *Storyline*

Storyline merupakan inti dari sebuah naskah yang di ambil dari gagasan utama yang dibuat seperti alur cerita.

2.7.2 *Storyboard*

Menurut Suyanto (2003: 275), *storyboard* merupakan serangkaian sketsa (gambaran kartun) dibuat berbentuk persegi panjang yang menggambarkan suatu urutan (alur cerita) elemen-elemen yang diusulkan untuk aplikasi multimedia.

2.7.3 *Graphic Design*

Graphic Design atau desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. desain grafis diterapkan dalam disain komunikasi dan *fine art*. Desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (Wijanarko, 2010). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, *graphic design* termasuk dalam proses *material collecting*.

2.7.4 *Compositing*

Menurut Lee Lanier, *Digital Compositing* adalah proses secara digital menyusun gambar atau gambar sekuen secara tumpang tindih ke dalam suatu potongan gambar bergerak (*motion picture*) atau video digital (Lanier, 2010:2).

Sedangkan menurut Bill Byrne, *compositing* adalah tindakan kombinasi dua sumber gambar yang berbeda; suatu proses manipulasi gambar untuk mengecoh mata, yang saat ini semakin dapat dikendalikan oleh komputer sehingga dapat mengurangi biaya (Byrne, 2009:3).

2.7.5 *Sound Effect & Musik*

Sound Effect digunakan untuk menekankan artistik, keseruan, menegangkan dari suatu film, acara televisi, animasi, *videogame* atau bahkan suatu titik kreatif tanpa menggunakan dialog atau musik. Produksinya meliputi banyak ilmu yang berbeda, termasuk:

- Efek suara keras yaitu suara umum yang muncul di layar, seperti membanting pintu, mengemudi kendaraan, menembak senjata.
- Efek suara latar belakang (*Background sound effects*) adalah suara yang tidak secara tegas berhubungan dengan gambar, tetapi menunjukkan lokasi atau latar belakang untuk penonton, seperti suara hutan, dengungan lampu neon, dan interior dalam mobil.
- Efek suara *Foley* adalah suara yang sinkron pada layar, biasanya dibutuhkan keahlian seorang artis *Foley* untuk merekam dengan benar. Misalnya Langkah kaki, gerakan properti tangan (contohnya secangkir teh dan piring), gesekan kain pada pakaian.
- Efek suara desain yaitu suara yang biasanya tidak terjadi di alam atau tidak mungkin untuk merekam di alam. Suara-suara demikian digunakan untuk menunjukkan teknologi futuristik dalam film science fiction atau untuk menciptakan mood emosional (Novilia, 2011).

Menurut Suhastjarja (1992: 13), musik ialah ungkapan rasa indah manusia dalam bentuk suatu konsep pemikiran yang bulat, dalam wujud nada-nada atau bunyi lainnya yang mengandung ritme dan harmoni, serta mempunyai suatu bentuk dalam ruang waktu yang dikenal oleh diri sendiri dan manusia lain dalam lingkungan.

2.7.6 *Editing*

Editing adalah proses mengorganisir, peninjauan, memilih, dan menyusun gambar dan suara hasil rekaman produksi. *Editing* harus menghasilkan tayangan

gambar yang padu dan cerita yang penuh makna sesuai apa yang telah direncanakan sebelumnya yaitu untuk menghibur, menginformasikan, memberi inspirasi dan lainnya (Roy Thompson dan Christopher J. Bowen, 2009: 1).

2.7.7 Rendering

Rendering adalah proses pengkalkulasian akhir dari keseluruhan proses dalam pembuatan gambar atau animasi 3D. *Rendering* akan mengkalkulasikan seluruh elemen material, pencahayaan, efek, dan lainnya sehingga akan menghasilkan output gambar atau animasi yang realistik (Aditya, 2007).

2.8 Perangkat Lunak yang Digunakan

Dalam pembuatan video animasi ini terdapat beberapa jenis *software* yang akan digunakan diantaranya sebagai berikut:

2.8.1 Software Editing Video

Software editing video, berfungsi membuat *effect* animasi, penggabungan aset-aset animasi yang dibuat, serta penggabungan seluruh material yang diperlukan dalam pembuatan video animasi. Adapun *software* editing video yang digunakan ialah : *Adobe Premiere CC 2015*, dan *Adobe After Effect CC 2015*.

2.8.2 Software Editing Gambar

Untuk membuat aset-aset yang dibutuhkan dalam pembuatan animasi dua dimensi dibutuhkannya *software* yang dapat menunjang pembuatan aset tersebut. Dalam pembuatan aset ini, *software* yang di butuhkan seperti : *Adobe Photoshop CC 2015*, dan *Adobe Illustrator CS 6*.

2.9 Hardware yang digunakan

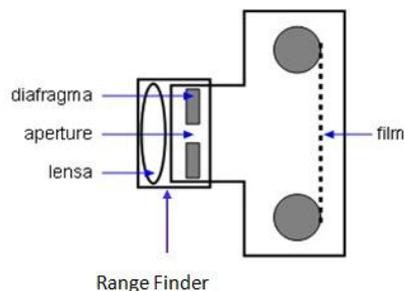
Dalam pembuatan video animasi ini *hardware* yang digunakan adalah sebagai berikut :

2.9.1 Kamera

Kamera menjadi alat utama dalam pembuatan film. Untuk pembuatan film dokumenter Tari Gending Sriwijaya ini, penulis menggunakan 1 buah kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) tipe *Canon eos 700D*.

2.9.2 Cara Kerja Kamera

Menurut (Yusni,2013) Pada dasarnya prinsip kerja kamera mirip dengan kerja mata. Perhatikan bagian-bagian kamera dan mata berikut ini :



Gambar 2.3 Bagian-bagian kamera

Lensa pada kamera memiliki fungsi yang sama dengan lensa mata yaitu untuk membentuk bayangan pada film. Aperture (celah diafragma) fungsinya sama dengan pupil mata yaitu untuk mengatur banyaknya cahaya yang masuk ke dalam kamera. Diafragma kamera memiliki fungsi yang sama dengan iris yakni untuk mengatur intensitas cahaya yang masuk atau mengatur besar kecilnya aperture.

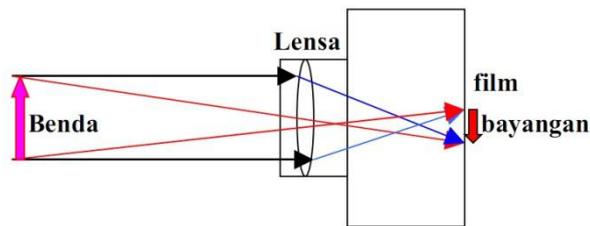
Film berfungsi untuk menangkap bayangan yang dibentuk oleh lensa, film pada kamera memiliki fungsi yang sama dengan retina pada mata kita. Perbedaannya terdapat pada cara memfokuskan bayangan. Lensa mata memiliki daya akomodasi untuk mencembung dan memipihkan lensa, sedangkan pada kamera untuk dapat memfokuskan bayangan lensa harus diubah-ubah jaraknya. Tujuannya agar bayangan selalu jatuh tepat pada film sehingga gambar foto yang dihasilkan jelas dan tajam.

Fokus kamera diatur dengan menggerakkan lensa atau mengubah kedudukan lensa ke benda, sesuai dengan jarak benda yang akan difoto. Pada kamera sederhana untuk mengubah jarak lensa ke benda, pemakai harus berjalan mendekati atau menjauhi benda sampai didapatkan bayangan yang jelas. Hal ini berbeda dengan lensa modern, untuk mendapatkan bayangan yang jelas cukup dengan memutar cincin pengatur lensa atau range finder.

Cara kerja kamera secara umum yaitu, benda yang hendak difoto harus berada di depan lensa kamera. Ketika diafragma dibuka, cahaya yang melewati benda masuk melalui aperture (celah diafragma) menuju lensa mata. Intensitas cahaya yang masuk ke dalam kamera menentukan ketajaman foto yang dihasilkan. Apabila cahaya terlalu terang, aperture dibuka kecil. Sebaliknya jika cahaya redup,

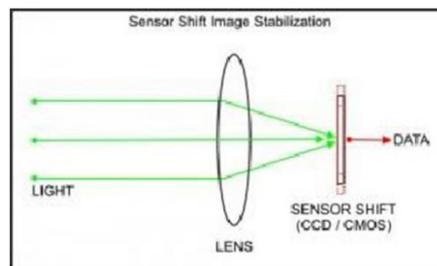
aperture dibuka lebar. Kemudian lensa mata akan membentuk bayangan benda, agar bayangan benda jatuh tepat pada film dengan jelas maka letak lensa harus digeser-geser mendekati atau menjauhi film. Menggeser-geser lensa pada kamera, seperti mengatur jarak fokus lensa pada mata (akomodasi).

Pembentukan bayangan pada kamera ditunjukkan pada gambar dibawah dimana bayangan yang terbentuk bersifat nyata, terbalik, dan diperkecil.



Gambar 2.4 Lintasan berkas cahaya pada kamera

2.9.3 Prinsip kerja kamera digital



Gambar 2.5 Prinsip kerja kamera digital

Prinsip kerja kamera digital yaitu: kamera digital menangkap gambar dari obyek untuk selanjutnya dibiaskan melalui lensa kepada sensor CCD (Charge couple Device) atau CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor) yang hasilnya kemudian direkam dalam format digital ke dalam media simpan digital.

Proses penangkapan gambar pada kamera digital dilakukan oleh 2 jenis perangkat yang memiliki cara kerja yang berbeda yaitu CCD dan CMOS.

1. CCD (Charge Couple Device)

CCD merupakan chip silikon yang terbentuk dari ribuan atau bahkan jutaan dioda fotosensitif yang disebut photosites, photodelements, atau disebut juga piksel. Tiap photosite menangkap satu titik objek kemudian dirangkai dengan hasil tangkapan photosite lain menjadi satu gambar.

2. CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor)

CMOS merupakan teknologi pemudar gambar yang dikembangkan oleh Water Foundry Fab. Sensor-sensor cahaya menerima cahaya kemudian diubah langsung menjadi data digital.

2.10 Skala *Likert*

Menurut Nazir: 2014 Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif ataupun negatif terhadap suatu pernyataan. Dalam membuat skala *Likert*, ada beberapa langkah prosedur yang harus dilakukan, antara lain :

1. Peneliti mengumpulkan item-item yang cukup banyak, memiliki relevansi dengan masalah yang sedang diteliti, dan terdiri dari item yang cukup jelas disukai dan tidak disukai.
2. Kemudian item-item itu dicoba kepada sekelompok responden yang cukup representatif dari populasi yang ingin diteliti.
3. Responden di atas diminta untuk mengecek tiap item, apakah ia menyenangkan (+) atau tidak menyukai (-). Responden tersebut dikumpulkan dan jawaban yang memberikan indikasi menyenangkan diberi skor tertinggi. Tidak ada masalah untuk memberikan angka 5 untuk yang tertinggi dan skor 1 untuk yang terendah atau sebaliknya. Yang penting adalah konsistensi dari arah sikap yang diperlihatkan. Demikian juga apakah jawaban “setuju” atau “tidak setuju” disebut yang disenengi, tergantung dari isi pertanyaan dan isi dari item-item yang disusun.
4. Total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item dari individu tersebut.
5. Respon dianalisa untuk mengetahui item-item mana yang sangat nyata batasan antara skor tinggi dan skor rendah dalam skala total.

2.11 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperluas teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Setelah melakukan pengamatan tentang judul dan tema iklan layanan masyarakat khususnya di Program Studi D4 terdapat sejumlah judul dan tema yang hampir sama. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari perbedaan dari perancangan yang dilakukan sekarang dan perancangan terdahulu.

Cara tersebut dapat dilakukan dengan mencari beberapa hasil penelitian terdahulu yakni milik :

1. Ari Setyaningsih, M.Hum. yang berjudul “Penggunaan Media Iklan Layanan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Menulis Persuasi Pada Siswa Kelas X-1 Sma Negeri I Mojolaban”.

Peningkatan kualitas hasil pembelajaran menulis persuasi dapat dilihat dari nilai hasil belajar siswa yang mengalami peningkatan dari siklus ke siklus. Pembelajaran menulis persuasi dengan menggunakan media iklan layanan masyarakat dapat meningkatkan jumlah siswa yang mendapatkan nilai ketuntasan belajar siswa yang telah ditentukan guru. Pada siklus I persentase ketuntasan hasil belajar siswa sebesar 55 % (20 siswa dari 36 siswa). Peningkatan tersebut terus meningkat pada siklus berikutnya. Peningkatan secara signifikan terjadi pada siklus II, yaitu sebesar 97 % (37 siswa dari 38 siswa) mampu mencapai batas ketuntasan belajar. Pada siklus III 100 % (semua siswa yang hadir) mampu mencapai ketuntasan belajar (nilai di atas 65). Pernyataan secara rinci dapat dilihat dari persentase peningkatan kualitas proses dan hasil pembelajaran menulis persuasi berikut ini.

Tabel 2.1. Persentase Peningkatan Kualitas Proses dan Hasil Pembelajaran Menulis Persuasi.

No.	Aktivitas Siswa	Persentase		
		Siklus I	Siklus II	Siklus III
1.	Keaktifan siswa selama	63 %	70 %	80 %

	proses pembelajaran			
2.	Kemampuan siswa dalam mengembangkan ide tulisan persuasi	19 %	94 %	97 %
3.	Ketuntasan hasil belajar siswa	55 %	97 %	100 %

Berdasarkan data rekapitulasi di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan pada indikator yang ditetapkan dari hasil pelaksanaan tindakan siklus I, Siklus II, dan siklus III. Peningkatan yang signifikan terjadi pada indikator ke dua, yaitu dari segi pengembangan ide ke dalam tulisan persuasi. Peningkatan yang tajam mencapai 75 poin pada siklus I ke siklus II. Peningkatan tersebut disebabkan siswa sangat akrab dengan tema iklan yang dipilih guru.

2. Rudianto yang berjudul “Perancangan Animasi Multimedia Iklan Layanan Masyarakat Tentang Proses Pembuatan e-KTP.

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa :

Animasi multimedia iklan layanan masyarakat yang telah dibuat memiliki karakter orang yang unik dan warna yang menarik. Hal tersebut membuat animasi ini mampu membantu warga penduduk untuk memahami dan mengetahui tata cara pembuatan KTP-el melalui media animasi. Dengan adanya media animasi multimedia iklan layanan masyarakat tentang tata acara pembuatan KTP-el menjadi menyenangkan sehingga penduduk yang menggunakannya tidak mudah merasa jenuh. Materi animasi multimedia iklan layanan masyarakat tentang tata acara pembuatan KTP-el ini sesuai dengan program pemerintah yang sedang menganjurkan kepada seluruh warga penduduk Indonesia memiliki KTP-el.

3. Muhammad Algiffari yang berjudul “Perancangan *Motion Graphic (Bumper In)* dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat”.

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka ada beberapa kesimpulan yang dapat penulis kemukakan:

1. Motion graphic (bumper in) dan video dokumenter dibuat dengan beberapa tahap yaitu, pembuatan bumper in dengan konsep motion graphic

lalu masuk ke dalam video utama berupa video dokumenter yang mengacu pada storyline dan storyboard.

2. Pesan yang disampaikan dalam video dokumenter dibuat dengan bertahap, dimulai dari kondisi permainan tradisional Jawa Barat saat ini, sampai manfaat serta filosofi dari permainan tradisional Jawa Barat.
3. Terdapat nilai filosofis dan manfaat yang terkandung dari setiap permainan tradisional Jawa Barat, terutama bagi perkembangan motorik serta psikologi anak.

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan pada saat ini. Hal ini bertujuan untuk membuktikan bahwa penulisan tugas akhir ini asli bukan merupakan sebuah duplikasi dari tugas akhir lain. Persamaannya yaitu:

Tabel 2.2. Tabel Perbandingan Jurnal

No.	Nama Jurnal	Persamaan	Perbedaan
1.	“Penggunaan Media Iklan Layanan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Menulis Persuasi Pada Siswa Kelas X-1 Sma Negeri I Mojolaban”.	<p>a. Teknik pendekatan yang dilakukan sama-sama menggunakan infografis.</p> <p>b. Objek penelitian yang dituju adalah Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) Media yang digunakan sama-sama menggunakan Media Iklan Layanan</p>	<p>a. Tema yang diangkat peneliti yang sekarang tentang prosedur pembuatan E-KTP, sedangkan Peneliti yang Terdahulu Bertemakan Tentang Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Menulis Persuasi Pada Siswa.</p> <p>b. Perangkat Lunak yang digunakan</p>

		Masyarakat.	peneliti yang sekarang salah satunya menggunakan Adobe After Affect CS7, dan Adobe Premiere Pro CC, sedangkan peneliti yang terdahulu tidak menggunakan ketiga perangkat lunak tersebut.
2.	“Perancangan Animasi Multimedia Iklan Layanan Masyarakat Tentang Proses Pembuatan e-KTP”.	<p>a. Objek penelitian yang dituju adalah sama-sama Masyarakat.</p> <p>b. Media yang digunakan sama-sama menggunakan Media Iklan Layanan Masyarakat.</p>	<p>a. Tema yang diangkat peneliti yang sekarang tentang prosedur pembuatan E-KTP, sedangkan peneliti yang terdahulu Perancangan Animasi Multimedia Iklan Layanan Masyarakat tentang Proses Pembuatan e-KTP.</p> <p>b. Peneliti sekarang</p>

			<p>dalam penyampaian informasi menggunakan teknik (<i>live shot</i>) terintegrasi dengan animasi <i>motion graphic</i>, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan full animasi 2D.</p>
3.	<p>“Perancangan <i>Motion Graphic (Bumper In)</i> dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat”</p>	<p>a. Objek penelitian yang dituju adalah sama-sama Masyarakat.</p> <p>b. Teknik pendekatan yang dilakukan sama-sama menggunakan animasi <i>motion graphic</i>.</p>	<p>Tema yang diangkat peneliti yang sekarang tentang prosedur pembuatan E-KTP , sedangkan peneliti yang terdahulu Perancangan <i>Motion Graphic (Bumper in)</i> dan video Dokumenter</p> <p>b. Peneliti sekarang dalam penyampaian informasi menggunakan</p>

			teknik (<i>live shot</i>) terintegrasi dengan animasi <i>motion graphic</i> , sedangkan peneliti terdahulu menggunakan full animasi <i>motion graphic</i> .
--	--	--	---