

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Animasi

Animasi berasal dari kata dalam Bahasa Inggris yaitu *animate* yang artinya menghidupkan, memberi jiwa dan menggerakkan benda mati. Animasi merupakan proses membuat objek yang asalnya suatu benda mati, kemudian secara berurutan disusun dalam posisi yang berbeda seolah menjadi hidup.

Ditemukannya prinsip dasar animasi adalah dari karakter mata manusia yaitu : *persistence of vision* (pola penglihatan yang teratur). Paul Roget, Joseph Plateau dan Pierre Desvigenes, melalui peralatan optik yang mereka ciptakan, berhasil membuktikan bahwa mata manusia cenderung menangkap urutan gambar-gambar pada tenggang waktu tertentu sebagai sebuah pola.

Animasi secara umum bisa didefinisikan sebagai : Suatu *sequence* gambar yang ditampilkan pada tenggang waktu (*timeline*) tertentu sehingga tercipta sebuah ilusi gambar bergerak. Pengertian animasi pada dasarnya adalah menggerakkan objek agar tampak lebih dinamis (Hakim, 2012).

Menurut Djalle (2007) dalam Umpenawany (2016), teknik yang digunakan untuk membuat animasi makin beragam. Dalam dunia animasi kita mengenal beberapa istilah yang bertujuan untuk membedakan jenis teknis pembuatan animasi, yaitu:

1. **Animasi 2 Dimensi** : Jenis animasi yang lebih dikenal dengan film kartun pembuatannya menggunakan teknik animasi *hand draw* atau animasi sel, penggambaran langsung film secara digital. Terdapat dua cara pembuatannya, yaitu manual dan komputer. Teknik animasi manual atau dengan *cell animation* adalah teknik animasi yang paling lama usianya. Teknik animasi ini memungkinkan *animator* untuk membuat gambar pada lembaran *celuloid* (lembar transparan) yang berlapis-lapis. Karena kemajuan teknologi sekarang, *animator* menggunakan kertas biasa yang nanti akan dipindai (*scan*) lalu di warna dengan menggunakan *computer*.

2. **Animasi 3 Dimensi** : Tiga Dimensi (3D) merupakan dimensi yang memiliki tiga unsur dimensi yaitu panjang, lebar, dan juga tinggi. Benda-benda 3D dapat bergerak bebas ke arah kanan, kiri, atas, bawah, depan, dan belakang. Benda- benda 3D sering juga disebut dengan istilah bangun ruang. Salah satu ciri utama 3D adalah dapat diisi dengan benda - benda tertentu atau dengan kata lain memiliki volume. Beberapa contoh benda 3D yaitu balok, kubus, tabung, kerucut, rumah, mobil, hewan, manusia, dan lain-lain. Disebut tiga dimensi (3D) karena jenis ini memiliki sifat kedalaman atau ruang pada objeknya. Secara sepintas akan mudah mengenali film animasi dengan jenis tiga dimensi ini. Karena bentuknya yang halus, pencahayaan yang lebih nyata dan kesan ruang yang lebih terasa. Semua itu bisa dilakukan karena dibantu dengan teknologi komputer masa kini yang sudah canggih. Dalam jenis animasi ini objek yang akan dianimasikan bisa dilihat dari semua sudut atau sisinya. Seperti halnya boneka sungguhan namun objek dibuat secara digital dengan menggunakan *software* khusus.
3. **Animasi *Stopmotion***: Teknik animasi yang menggabungkan teknologi fotografi dengan animasi. Media yang digunakan bisa bermacam-macam. misalnya boneka, kertas, gambar, dikertas, gambar di papan tulis, lilin/malam, dan lain-lain. Semua objek itu bisa dijadikan sebagai objek animasi yang nantinya akan di foto tiap gerakannya.

2.2 Pengertian Video

Kata video berasal dari kata Latin, yang berarti “saya lihat”. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan *videotape*, perekam video, dan pemutar video. Saat ini ada dua kategori video, yaitu video analog dan video digital (Binanto, 2010).

2.2.1 Video Analog

Video analog mengodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase atau frekuensi dari sinyal. Seluruh sistem sebelum video digital dapat dikategorikan sebagai video analog. Video analog mempunyai dua format, yaitu format elektrik dan format kaset.

2.2.2 Video Digital

Video digital sebenarnya terdiri atas serangkaian gambar digital yang ditampilkan dengan cepat pada kecepatan yang konstan. Dalam konteks video, gambar ini disebut *frame*. Satuan ukuran yang menghitung *frame* rata-rata yang ditampilkan disebut *frame per second* (FPS). Setiap *frame* merupakan gambar digital yang terdiri dari *raster* piksel. Gambar digital akan mempunyai lebar sebanyak W piksel dan tinggi sebanyak H piksel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa *frame size* adalah W x H (Binanto, 2010) dalam (Andri, 2017).

2.3 Iklan

Istilah iklan di Indonesia pertama kali di perkenalkan oleh seorang tokoh pers nasional pada 1951 yang bernama Soedardjo Tjokrosisworo, untuk menggantikan istilah *advertentie* bahasa Belanda dan *advertising* Bahasa Inggris.

Kata iklan masih ada hubungannya dengan bahasa Arab dengan sebutan *I'lan*. Karena untuk menyesuaikan lidah orang Indonesia, sebutan *I'lan* menjadi Iklan. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, iklan diartikan sebagai berita pesan (untuk mendorong, membujuk) kepada penonton ramai tentang barang dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada penonton ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang dalam media massa.

Menurut Dunn dan Barban, iklan adalah bentuk kegiatan nonpersonal yang disampaikan lewat media untuk menyampaikan pesan yang bersifat *persuasive* (ajakan) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga nonkomersial, maupun pribadi yang berkepentingan (Latif dan Utud, 2015).

2.4 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) disebut juga dengan istilah *Public Service Announcement (PSA)*, yaitu iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik penonton dimana tujuan akhir untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial.

Keuntungan sosial dimaksud munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap, dan perubahan perilaku terhadap masalah yang diiklankan serta mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat (Latief dan Utud, 2015). 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.

Iklan Layanan Masyarakat bertujuan untuk melayani kepentingan sosial tanpa menuntut imbalan. Untuk tujuan tersebut 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 (Rovianto, 2015) dalam (Kasali, 1993).

2.5 Animasi sebagai Iklan Visual

Sebagai media promosi, iklan seakan akan tidak akan pernah ada hentinya untuk mengambil semua kesempatan yang diberikan media, baik pada media *online*, cetak, sampai media televisi dan radio. Walaupun dalam animasi tidak selalu dapat ditampilkan dalam beberapa media seperti cetak dan radio tetapi

dalam media lainnya animasi menjadi nilai jual yang tinggi sebagai media promosi seperti contoh pada pertelevisian kebutuhan animasi dalam sebuah tayangan sepertinya wajib menggunakan animasi baik itu grafis maupun 3D, selain mengurangi *cost* juga memberikan sesuatu yang sangat sulit dibuat (Ruslan, 2016).

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.

Dunia perdagangan, informasi, dan hiburan adalah suatu tantangan, ketika pemirsa/*audience* memutuskan apakah akan tetap atau akan pindah 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) dalam (Andri, 2017).

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 (Curran, 2000) dalam (Andri, 2017).

2.7 Prinsip-Prinsip Animasi

Seorang Animator profesional harus mengetahui dan memahami bagaimana sebuah animasi dibuat sedemikian rupa sehingga didapatkan hasil animasi yang menarik, dinamis dan tidak membosankan. Dua orang animator profesional Thomas dan Johnston memberikan 12 prinsip animasi yang di adopsi dari animasi produksi Walt Disney. Ke-12 prinsip animasi tersebut adalah sebagai berikut:

2.7.1 *Solid Drawing*

Kemampuan menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang menentukan baik proses maupun hasil sebuah animasi.

2.7.2 *Timing and Spacing*

Grim Natwick, seorang animator Disney pernah berkata, “Animasi adalah tentang *Timing and Spacing*”. *Timing* adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan harus dilakukan, sementara *Spacing* adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam jenis gerak.

2.7.3 *Squash and Stretch*

Squash dan Stretch adalah supaya penambahan efek lentur (plastik) pada objek atau figur sehingga seolah-olah memuai atau menyusut sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup.

2.7.4 *Anticipation*

Anticipation boleh juga dianggap sebagai persiapan/awalan gerak atau ancang-ancang. Seseorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri.

2.7.5 *Slow In and Slow Out*

Prinsip animasi *Slow In and Slow Out* menegaskan bahwa setiap gerakan memiliki kecepatan dan kelambatan yang berbeda. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.

2.7.6 Arcs

Pada animasi, sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut *Arcs*.

2.7.7 Secondary Action

Secondary Action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih Realistik.

2.7.8 Follow Through & Overlapping Action

Follow through bisa digunakan untuk membuat bagian tubuh tertentu tetap bergerak meskipun sebuah karakter berhenti bergerak. Misalnya setelah melompat, rambut si karakter tetap bergerak. *Overlapping action* secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling-silang. Maksudnya, adalah serangkaian gerakan yang saling mendahului (*overlapping*).

2.7.9 Straight Ahead Action and Pose to Pose

Ada dua cara yang bisa dilakukan animator dalam membuat animasi, yaitu *straight ahead action* dan *pose to pose*. Untuk *Straight Ahead Action*, seorang animator membuat animasi dengan cara menggambar satu per satu dan dilakukan dengan seorang diri hingga selesai. Kualitasnya memang akan konsisten, tetapi waktu pengerjaan membutuhkan waktu yang lama. Sedangkan *Pose To Pose* adalah pembuatan animasi yang dikerjakan hanya dengan menggambar *keyframe-keyframe* tertentu saja. Pengerjaannya bisa dilakukan oleh banyak orang, sehingga waktu pengerjaannya akan lebih cepat dan cocok untuk industri animasi.

2.7.10 Staging

Staging dalam animasi meliputi bagaimana lingkungan dibuat untuk mendukung suasana atau *mood* yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*. Biasanya berkaitan dengan posisi kamera pengambilan gambar.

2.7.11 Appeal

Appeal berkaitan dengan keseluruhan *look* atau gaya visual dalam animasi. Kita bisa dengan mudah mengidentifikasi gaya animasi buatan Jepang dengan hanya melihatnya sekilas.

2.7.12 Exaggeration

Exaggeration merupakan upaya mendramatisir animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis (Panutun, 2008).

2.8 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) dalam (Rovianto, 2015).

2.9 Rendering

Rendering adalah proses akhir dari keseluruhan proses animasi komputer. Dalam rendering, semua data-data yang sudah dimasukkan dalam proses *modelling*, animasi, *texturing*, pencahayaan dengan parameter tertentu akan diterjemahkan dalam sebuah bentuk keluaran (Amin, 2016).

2.10 Hoax

Hoax dalam kamus Oxford (2017) diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang tujuannya untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. *Hoax* dalam Bahasa Indonesia berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. Sedangkan menurut kamus bahasa Inggris, *hoax* artinya olok-olok, cerita bohong, dan memperdayakan alias menipu. Walsh (2006) dalam bukunya berjudul “*Sins Against Science, The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others*” menuliskan bahwa istilah *hoax* sudah ada sejak tahun 1800 awal era revolusi industri di Inggris.

Asal kata *hoax* diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni ‘*hocus*’ dari mantra ‘*hocus pocus*’, frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa ‘*sim salabim*’. Bahkan Boese (2002) dalam bukunya “*Museum of Hoaxes*” menuliskan bahwa jauh sebelum itu, istilah *hoax* pertama kali terpublikasi melalui almanak atau penanggalan palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff pada tahun 1709 untuk meramalkan kematian astrolog John Partridge.

Istilah yang semakna dengan *hoax* dalam jurnalistik adalah libel, yaitu berita bohong, tidak benar, sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik. *Hoax* adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca untuk mempercayai sesuatu. Pemberitaan yang tidak berdasarkan kenyataan atau kebenaran (*nonfactual*) untuk maksud tertentu. Tujuan *hoax* adalah sekadar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Intinya *hoax* itu sesat dan menyesatkan, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya (Juditha, 2018).

2.11 Metode Villamil-Molina

Villamil-Molina (1997) mengatakan bahwa pengembangan multimedia akan berhasil baik dengan membutuhkan perencanaan yang teliti, penguasaan teknologi multimedia yang baik, serta penguasaan manajemen produksi yang baik juga. Dengan kata lain, keberhasilan pengembangan multimedia merupakan hasil dari pekerjaan tim yang terpadu. Disamping memberikan gambaran organisasi pengembang multimedia, Villamil-Molina (1997) juga memberikan tahapan-tahapan pengembangan multimedia, yaitu *Development*, *Preproduction*, *Production*, *Postproduction*, *Delivery*.

2.11.1 Development

Pada tahap ini konsep aplikasi multimedia yang akan dikembangkan mulai dibentuk berdasarkan ide yang ada. Selain itu, ditentukan juga tujuan dan sasaran serta kepastian jaminan pembiayaan. Tujuan dan sasaran dapat diperoleh dengan kalimat tanya seperti berikut: “ Apa yang ingin dicapai ? ”, “ Hasil apa yang diharapkan ? ”.

2.11.2 Preproduction

Setelah tahap di atas dilalui, maka tahap ini dapat dikerjakan, yaitu mengembangkan kontrol anggaran, mempekerjakan para spesialis yang terlibat pada proses aplikasi multimedia, mempekerjakan kru produksi audio dan video, menyewa studio rekaman maupun menyewa dan/atau membeli peralatan lain yang dibutuhkan, pemasangan perangkat lunak yang dibutuhkan, merencanakan riset untuk spesialis konten, pengembangan aliran logis, skrip, *storyboard*, serta pembuatan jadwal yang masuk akal. Pada tahap ini juga memperhatikan kebutuhan perangkat keras dan perangkat lunak yang akan digunakan. Hal-hal di atas tetap memperhatikan aspek legalitas produksi (izin, hak cipta, izin lokasi, kontrak kerja, dan lain sebagainya).

2.11.3 Production

Setelah tahap preproduction dilalui, maka tahap ini mulai dikerjakan. Aktifitas yang berhubungan dengan tahapan ini adalah riset konten, pengembangan *outline*/garis besar aplikasi, desain antarmuka, pengembangan grafis 2D, pengembangan *grafis* 3D, perekaman suara, pemilihan musik latar dan perekaman, pengembangan animasi komputer, produksi video digital, dan *authoring* untuk mengumpulkan dan merekatkan apa yang sudah dibuat per bagian sehingga menjadi sebuah produk utuh yang siap diuji.

2.11.4 Postproduction

Pada tahap ini, pengembangan aplikasi multimedia memasuki tahapan pengujian alfa dan beta. Tetapi sebelum memasuki tahap uji *alfa*, aplikasi akan dievaluasi secara *internal* oleh tim pengembang dengan memperhatikan aspek-aspek desain aplikasi, tujuan dan sasaran, c) konten, d) teks dan narasi, e) grafis, suara, navigasi, kode program, *delivery*, waktu dan pembiayaan, k) pertimbangan hukum. Setelah aplikasi multimedia lolos uji *alfa* dan *beta*, maka aplikasi memasuki tahap *packaging*/pengemasan. Pengemasan dapat berupa penulisan ke CD/DVD atau dipublikasikan ke internet sebagai *website*.

2.11.5 Delivery

Tahap ini merupakan tahap akhir dari pengembangan aplikasi multimedia. *Delivery* dapat menggunakan beberapa cara, yaitu berbasis *kiosk*, presentasi

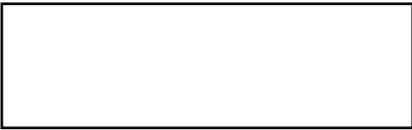
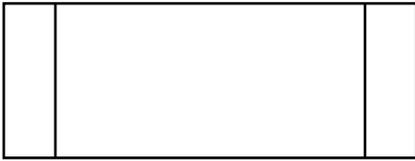
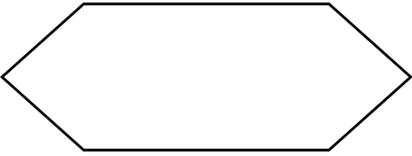
kelompok, presentasi individual, dan melalui internet. Semua metode ini memerlukan perhatian khusus, terutama dalam kaitannya logistik pengiriman. (Binanto, 2015)

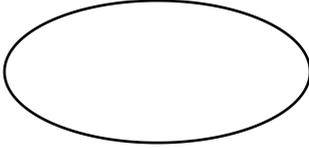
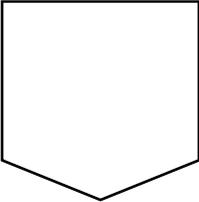
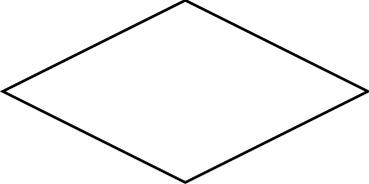
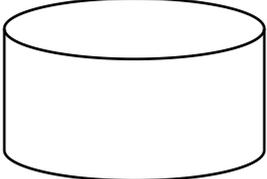
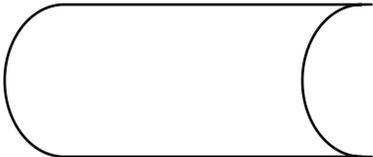
2.12 *Flowchart*

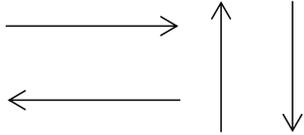
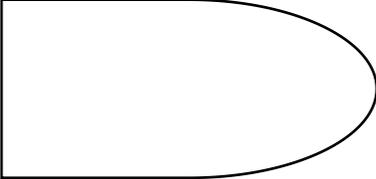
Ladjamudin (2013:211) mengemukakan bahwa, *flowchart* adalah bagan-bagan yang mempunyai arus yang menggambarkan langkah-langkah penyelesaian suatu masalah. *Flowchart* merupakan cara penyajian dari suatu algoritma.

Siallagan (2009:6), menjelaskan simbol-simbol dalam *Flowchart* adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Simbol-Simbol *Flowchart*

No	Simbol	Keterangan
1		Simbol <i>Start</i> atau <i>End</i> yang mendefinisikan awal atau akhir dari sebuah <i>flowchart</i> .
2		Simbol pemrosesan yang terjadi pada sebuah alur kerja.
3		Simbol yang menyatakan bagian dari program (sub program).
4		Persiapan yang digunakan untuk memberi nilai awal suatu besaran.

5		Simbol <i>Input/Output</i> yang mendefinisikan masukan dan keluaran proses.
6		Menyatakan penyambung ke simbol lain dalam satu halaman.
7		Menyatakan penyambung ke halaman lainnya.
8		Menyatakan pencetakan (dokumen) pada kertas.
9		Menyatakan <i>desicion</i> (keputusan) yang digunakan untuk penyeleksian kondisi di dalam program.
10		Menyatakan media penyimpanan drum magnetik.
11		Menyatakan <i>input/output</i> menggunakan disket.

12		Menyatakan operasi yang dilakukan secara manual.
13		Menyatakan <i>input/output</i> dari kartu plong
14		Menyatakan arah aliran pekerjaan (proses).
15		<i>Multidocument</i> (banyak dokumen).
16		<i>Delay</i> (penundaan atau kelambatan).

2.13 Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, gambar, video, *rating*, dan *bookmark* sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, *wikipedia*), *blog* dan *microblogs* (misalnya, *twitter*), komunitas konten (misalnya, *youtube*), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), *virtual game* (misalnya *world of*

warcraft), dan *virtual social* (misalnya, *second life*). Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter*, dan *instagram*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual*. Blog, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *instagram* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita (Lesmana, 2012).

2.14 Perangkat Lunak yang Digunakan

2.14.1 Adobe After Effect CS6

Adobe After Effect CS6 merupakan *software motion graphics* yang dapat digunakan sebagai *software compositing*, animasi dan *video effect*. After effect pun bukan *software video editing*, sehingga untuk merangkai video dengan durasi relatif panjang perlu menggunakan Adobe Premiere (Waloeya ,2012) dalam (Septiyani, 2017). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe After Effect CS6 digunakan pada proses *compositing*, animasi dan penambahan efek.

2.14.2 Adobe Premiere CC 2015

Adobe Premiere Pro adalah *timeline* berbasis *video editing software* aplikasi. Ini adalah bagian dari Adobe Creative Cloud, sebuah suite desain grafis, *video editing*, dan aplikasi pengembangan web yang dikembangkan oleh Adobe Systems. Premiere Pro mendukung banyak kartu *video editing* dan *plug-in* untuk pengolahan dipercepat, mendukung format file tambahan, dan video / efek audio. Dimulai dengan versi di Creative Cloud 2015 (CC 2015), itu adalah sebuah aplikasi 64-bit asli untuk Mac dan Windows, menjadikannya salah satu dari beberapa *cross-platform* sistem non-linear *editing* (NLEs) yang tersedia. Sebagai aplikasi 64-bit, tidak berjalan pada 32-bit komputer (Ningrum, 2017). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe Premiere CC 2015 digunakan pada proses *editing* dan *rendering*.

2.14.3 Adobe Photoshop CS6

Adobe Photoshop, atau biasa disebut Photoshop, adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolah gambar/foto, dan, bersama Adobe Acrobat, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh Adobe Systems. Versi kedelapan aplikasi ini disebut dengan nama Photoshop CS (*Creative Suite*), versi sembilan disebut Adobe Photoshop CS2, versi sepuluh disebut Adobe Photoshop CS3 , versi kesebelas adalah Adobe Photoshop CS4, versi duabelas adalah Adobe Photoshop CS5, dan versi yang terakhir (ketigabelas) adalah Adobe Photoshop CS6 (Hakim, 2012). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe Photoshop CS6 digunakan pada proses *graphic desain*.

2.14.4 Adobe Illustrator CS6

Adobe Illustrator CS6 merupakan salah satu *software* untuk membuat desain grafis. *Software* ini sangat populer dan sudah diakui kecanggihannya. Kelengkapan fasilitas dan kemampuannya yang luar biasa dalam mendesain

grafis, menjadikan *software* ini mulai banyak dipakai oleh para desainer komputer, karena keberadaannya benar-benar mampu membantu dan memudahkan pemakai dalam menyelesaikan pekerjaan desain grafis (Madcoms, 2013) dalam (Rustini, 2017). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe Illustrator CS6 digunakan pada proses *graphic desain*.

2.14.5 Audacity

Audacity adalah aplikasi pemberi efek suara yang terbaik yang pernah ada di dunia sumber terbuka (*open source*). Dengan audacity, pengguna bisa mengoreksi berkas suara tertentu, atau sekadar menambahkan berbagai efek yang disediakan. Selain itu, pengguna juga dapat berkreasi dengan suara yang dimiliki sendiri (Mair, 2017). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini Audacity digunakan pada proses *sound effect* dan musik.

2.15 Penelitian Terdahulu

Di dalam penyusunan skripsi, penulis terlebih dahulu menentukan beberapa jurnal guna mendukung permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian yang akan dilakukan. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Huda Arfianto. Program Studi Informatika Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo (Tahun 2015).	Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Dalam Penggunaan Informasi Yang	Metode Kualitatif	Menghasilkan rancangan iklan layanan masyarakat dalam penggunaan

		Benar		<p>informasi yang benar, tentang pentingnya mengolah suatu informasi dengan benar yang diterima setiap saat.</p> <p>Menggunakan metode perancangan <i>waterfall</i> serta <i>software</i> yang digunakan dalam perancangan ini Adobe Soundbooth CS3, Cool Edit Pro, Sony Vegas Pro 11, Adobe Premiere CS3, Adobe After Effect CS3.</p>
2.	Adi Rahman Rovianto. Program Studi Teknik Informatika Jurusan Teknik Informatika Dan Komputer	Pengembangan Iklan Layanan Masyarakat Dengan Pendekatan Infografis	Metode Kualitatif	Menghasilkan video iklan layanan masyarakat dengan menerapkan

	Politeknik Negeri Jakarta (Tahun 2015).	Tentang Pentingnya Konsumsi Air Putih.		infografis tentang Pentingnya Konsumsi Air Putih menggunakan teknik motion graphic dan menyediakannya di sosial media Facebook dan Youtube. Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan masyarakat ini yaitu Luther - Sutopo serta software yang digunakan yaitu Adobe After Effect CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe Illustrator CS6, Adobe Premiere Pro CS6, Adobe Audition CS6.
3.	Deni Eriyanto.	Iklan Layanan	Metode	Menghasilkan

	<p>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang (Tahun 2014).</p>	<p>Masyarakat 3D ` HEMAT ENERGI LISTRIK`</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>suatu Iklan Layanan Masyarakat bertujuan agar masyarakat mampu mendidik anak-anaknya agar tidak melakukan pemborosan energi listrik tentunya dengan iklan animasi ini masyarakat bisa lebih sadar serta memahami apa yang telah disampaikan iklan layanan masyarakat ini. Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan masyarakat ini yaitu Luther - Sutopo serta software yang digunakan yaitu 3D Max 2010,</p>
--	---	--	-------------------	--

				Poser Pro 2010, Adobe Soundbooth CS3, Adobe Premiere CS3.
4.	Luqman Hakim. Prodi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual, S1 Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Semarang (Tahun 2013).	Iklan Layanan Masyarakat Go Green Dalam Bentuk Animasi Dua Dimensi	Metode Kualitatif	Menghasilkan sebuah animasi Iklan Layanan Masyarakat dua dimensi (2D) bertema <i>Go Green</i> . Metode yang digunakan dalam pembuatan iklan masyarakat ini yaitu <i>Vaughan</i> serta <i>software</i> yang digunakan yaitu Macromedia Flash 8, Photoshop CS2, Ulead VideoStudio, Audacity.
5.	Suhendra. Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri	Animasi 2D Edukasi Iklan Layanan Masyarakat	Metode Kualitatif	Menghasilkan suatu animasi 2D dengan tujuan sebagai hiburan

	Yogyakarta (Tahun 2017).	Kesehatan Gigi Anak	dan sebagai media pembelajaran yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat dan anak-anak serta mengandung nilai edukatif mengenai kesehatan gigi. Menggunakan metode perancangan <i>Villami-Molina</i> serta <i>software</i> yang digunakan dalam perancangan ini Adobe Premiere CS6, Adobe Photosop CS6 dan Adobe After Effect CS6.
--	--------------------------	---------------------	--

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan dan beberapa penelitian sebelumnya terletak pada permasalahan dan tema yang diangkat. Dalam penelitian ini penulis meneliti bagaimana merancang dan membuat iklan layanan masyarakat sebagai media informasi tentang waspada berita *hoax* dalam bentuk video animasi dengan metode Villamil-Molina.