

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 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 video tape, perekam video, dan pemutar video. Saat ini ada dua kategori video, yaitu video analog dan video digital.

##### **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. 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  $W \times H$  (Binanto, 2010) dalam (Andri, 2017).

#### **2.2 Pengertian 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.

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.

Jadi iklan adalah setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Iklan merupakan bentuk komunikasi maka menurut Russel H. Colley dalam bukunya berjudul *DAGMAR (Defining, Advertising, Goals for Measured Advertising Result)*, *New York, Association of National Advertiser, 1961*) menjelaskan tujuan komunikasi periklanan, yaitu :

1. Iklan informasi: Iklan ini secara umum menjelaskan informasi suatu produk yang diiklankan, mulai dari manfaat, model, jenis baik tentang produk atau jasa yang ditujukan untuk memberitahukan kepada konsumen.
2. Iklan Persuasi: Iklan ini selain menginformasikan suatu produk, juga melakukan “ajakan” agar konsumen digiring untuk menggunakan produk yang dikampanyekan dari melirik produk kompetitor.
3. Iklan Pengingat: Biasanya teknik periklanan juga melakukan “*reminder*” (untuk mengingat) agar konsumen tetap loyal terhadap produk yang diiklankan (Latief dan Utud, 2015).

Secara umum iklan di televisi dikategorikan dalam dua tujuan, yaitu iklan komersial dan iklan layanan masyarakat yaitu :

### **2.2.1 Iklan Komersial**

Iklan ini sering disebut sebagai iklan bisnis atau niaga, tujuannya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi seperti peningkatan penjualan suatu produk. Siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada penonton untuk sasarnya untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.

Jenis produk yang ditawarkan iklan komersial beragam bentuknya, diantaranya barang-barang kebutuhan, jasa, keanggotaan organisasi dan produk

lainnya. Iklan komersial terbagi menjadi tiga jenis yaitu : iklan untuk konsumen, iklan untuk bisnis, dan iklan untuk profesional.

1. Iklan untuk konsumen adalah iklan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang ditujukan kepada konsumen pengguna akhir, produk yang dapat langsung digunakan oleh penonton.
2. Iklan untuk bisnis adalah iklan ini ditujukan kepada pihak yang akan mengelola produk yang ditawarkan untuk diolah kembali menjadi produk baru, dan dapat menguntungkan secara ekonomi. Sasaran iklan bisnis adalah perorangan, institusi atau lembaga.
3. Iklan untuk profesional adalah iklan yang ditujukan kepada penonton yang bekerja secara khusus, para profesional, seperti dokter, pengacara, desainer, pelukis dan pilot. Para profesional ini dibayar karena keahliannya dibidang tersebut.

### **2.2.2 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).

Iklan Layanan Masyarakat, menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia 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 (Rovianto, 2015) dalam (Kasali, 1993).

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 (Latief dan Utud, 2015).

## **2.2 Animasi**

Kata animasi itu sendiri sebenarnya penyesuaian dari kata animation yang berasal dari kata dasar *to animate* dalam kamus umum Inggris – Indonesia berarti menghidupkan. Secara umum animasi adalah suatu kegiatan menghidupkan, menggerakkan benda mati; Suatu benda mati diberikan dorongan kekuatan, semangat dan emosi untuk menjadi hidup dan bergerak atau hanya berkesan hidup (Wojowasito, 1997) dalam (Syahfitri, 2011) .

### **2.2.1 Jenis - jenis Animasi**

Animasi yang dulunya mempunyai prinsip yang sederhana, sekarang telah berkembang menjadi beberapa jenis, yaitu animasi 2D, animasi 3D dan animasi tanah liat.

1. Animasi 2D (Dua Dimensi)

Animasi ini yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa disebut juga dengan film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata *Cartoon*, yang berarti gambar yang lucu. Memang, film kartun ini kebanyakan film yang lucu.

## 2. Animasi 3D (Tiga Dimensi)

Perkembangan teknologi dan dunia komputer membuat teknik pembuatan animasi 3D semakin berkembang dan maju pesat. Animasi 3D adalah perkembangan dari animasi 2D. Dengan animasi 3D, karakter yang diperlihatkan semakin hidup dan nyata, mendekati wujud aslinya.

## 3. Animasi Tanah Liat (*Clay Animation*)

Meski namanya *Clay* (tanah liat), namun yang dipakai bukanlah tanah liat biasa. Animasi ini menggunakan palsticin, bahan lentur seperti permen karet yang ditemukan pada tahun 1897. Tokoh-tokoh pada animasi *clay* dibuat dengan menggunakan rangka yang khusus untuk kerangka tubuhnya. Film animasi *clay* pertama kali dirilis bulan Februari 1908 berjudul *A Sculptor's Web* Rarebit Nigthmare. Untuk beberapa waktu yang lalu juga, beredar film *clay* yang berjudul *Chicken Run* (Syahfitri, 2011).

### 2.2.2 Prinsip-Prinsip Animasi

Prinsip animasi terdiri dari 12 macam meliputi *Squash and Stretch*, *Anticipation*, *Stagging*, *Straight Ahead and Pose to Pose*, *Follow Through and Overlapping Action*, *Slow In Slow Out*, *Arcs*, *Secondary Action*, *Timing*, *Exaggeration*, *Solid Drawing* dan *Appeal* (Prakosa, 2010). Berikut adalah penjelasan tentang 12 prinsip animasi yaitu:

#### 1. *Squash and Stretch* (Mengkerut dan Merenggang)

Upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figur sehingga - seolah-olah 'mengkerut' atau 'merenggang' sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup. Penerapan *squash and stretch* akan membuat mereka (benda-benda mati tersebut) tampak atau berlaku seperti benda hidup.

#### 2. *Anticipation* (Antisipasi)

*Anticipation* boleh juga dianggap sebagai persiapan/ awalan gerak atau ancang-ancang. Situasi ini mengharuskan animator untuk merekonstruksi karakter dalam posisi sedang mempersiapkan suatu aktivitas yang bergerak sesuai dengan apa yang akan dilakukannya.

3. *Staging* (Penempatan)

Dapat diartikan sebagai suatu gerakan utuh yaitu menunjukkan detail apa yang dilakukan oleh objek karakternya sebagai sebuah gambaran gerakan utuh dan mendetail apa yang sedang dikerjakan. Seperti halnya yang dikenal dalam film atau teater, *staging* dalam animasi juga meliputi bagaimana ‘lingkungan’ dibuat untuk mendukung suasana atau ‘*mood*’ yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*.

4. *Straight Ahead and Pose to Pose* ( Aksi Bergerak dengan Pasti dan Posisi Pose Pertama ke Posisi Kedua)

*Straight Ahead* ( membuat aksi melaju dengan pasti) adalah sebuah cara untuk menggambarkan sebuah gerakan secara terus menerus tanpa terputus hingga menciptakan gerak yang kontinu.

*Pose to Pose* (gerakan dari pose pertama ke pose selanjutnya) adalah prinsip dibuat gambar-gambar utama (*key animation*) sebagai pose penting dalam gerak, sesuai dengan *timing*nya yang selanjutnya dari masing-masing gerakan dibuat gambar pengisi (*inbetween*).

5. *Follow Through and Overlapping Action* ( Mengikuti dan Gerakan Menyambung)

*Follow through* adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Misalnya, rambut yang tetap bergerak sesaat setelah berhenti berlari.

*Overlapping action* secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling-silang. Maksudnya, adalah serangkaian gerakan yang saling mendahului (*overlapping*). Pergerakan tangan dan kaki ketika berjalan bisa termasuk didalamnya.

6. *Slow In Slow Out* (Perlambatan Bagian Awal dan Perlambatan Bagian Akhir)

*Slow In* dan *Slow Out* menegaskan kembali bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.

7. *Arcs* (Gerak Melingkar)

Pada prinsipnya, gerak badan selalu berpusat pada engselnya. Kerika prinsip ini dipahami, akan lebih mudah untuk membuat gerakannya walau setiap gerak dari benda seperti tangan atau kaki yang sedang mengayun.

8. *Secondary Action* (Gerakan Pembantu)

*Secondary action* adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk mendukung gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistik. Contohnya ketika sebuah figur sedang menangis, tangan menghapus air mata kemudian ia berdiri dan membalikkan badan.

9. *Timing* ( Menghitung Gerakan dalam Waktu)

Jumlah gambar atau animasi *timing*, terlebih dengan gerak-gerak yang bermakna. Perhitungan *timing* dalam animasi dibatasi untuk gerak cepat atau lambat dalam mengatur gerak yang berritme dan memiliki tempo yang khas perlu variasi gerak cepat dan lambat sesuai dengan karakter adegan dalam film tersebut.

10. *Exaggeration* ( Melebih-lebihkan Gerakan)

Upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis. Dibuat untuk menampilkan ekstrimitas ekspresi tertentu, dan lazimnya dibuat secara komedi.

11. *Solid Drawing* ( Gambar yang Kokoh)

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang signifikan dalam menentukan baik proses maupun hasil sebuah animasi, terutama animasi klasik. Seorang animator harus memiliki kepekaan terhadap anatomi, komposisi, berat, keseimbangan, pencahayaan, dan sebagainya yang dapat dilatih melalui serangkaian observasi dan pengamatan, dimana dalam observasi itu salah satu yang harus dilakukan adalah menggambar.

12. *Appeal* (Kesan yang Diciptakan)

*Appeal* berkaitan dengan keseluruhan *look* atau gaya visual dalam animasi. Desain karakter sebaiknya dibuat sederhana, tapi menarik dan memiliki ciri khas sendiri.

### 2.2.3 Animasi Sebagai Iklan Visual

Sebagai media promosi, iklan seakan tidak pernah ada hentinya walaupun dalam animasi tidak selalu dapat ditampilkan dalam beberapa media seperti radio ataupun media cetak, tapi dalam media lain animasi bernilai jual tinggi sebut saja didunia pertelevisian, iklan produk hampir seluruhnya menggunakan animasi baik secara 2D maupun 3D. Selain lebih menarik dan mengurangi *cost* juga animasi dapat menyajikan informasi yang lebih menarik untuk semua kalangan (Ruslan, 2014).

### 2.3 *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 (Curran, 2000) dalam (Andri, 2017).

*Motion Graphic Animation* adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, misalnya penggunaan running teks dalam iklan atau logo *corporate* di station ID atau *company profile*. Secara umum, animasi berarti menghidupkan urutan still image atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi.

Jadi animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Istilah lain untuk animasi adalah motion graphic (gambar bergerak). Disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak.

Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan. Sebuah benda yang mati, lalu gerakan melalui perubahan yang sedikit-sedikit dan teratur sehingga memberikan kesan hidup. Untuk membedakan antara animasi dengan seni lain yang menghidupkan benda mati melalui gerakan (misalkan wayang atau boneka), maka biasanya animasi diberi tambahan kata film animasi (Putra dkk, 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).

## 2.5 Pengertian Imunisasi

Imunisasi adalah pemberian kekebalan tubuh dengan memasukkan vaksin yakni virus atau bakteri yang sudah dilemahkan, dibunuh, atau bagian-bagian dari bakteri (virus) tersebut telah dimodifikasi ke dalam tubuh agar tubuh membuat zat antibodi untuk mencegah terjadi penyakit tertentu. Imunisasi terhadap suatu penyakit hanya akan memberikan kekebalan atau resistensi pada penyakit tertentu saja, sehingga untuk terhindar dari penyakit lain diperlukan imunisasi. (Mastiningsih, 2014).

### 2.5.1 Imunisasi Dasar

Imunisasi dasar adalah pemberian kekebalan tubuh terhadap suatu penyakit dengan memasukkan suatu kuman penyakit yang telah dilemahkan ke dalam tubuh agar tubuh tahan terhadap suatu penyakit yang sedang mewabah atau berbahaya bagi seseorang. Imunisasi dasar diantaranya yaitu :

1. BCG : memberikan kekebalan terhadap penyakit *tuberkolosis (TBC)*.
2. DPT (*Diphtheri, Pertusis, Tetanus*) : memberikan kekebalan terhadap penyakit *diphtheri, pertusis, tetanus*.
3. Hepatitis B : memberikan kekebalan aktif terhadap penyakit hepatitis.
4. Polio : memberikan kekebalan tubuh terhadap penyakit polio nyelitis.
5. Campak : memberikan kekebalan tubuh terhadap penyakit campak.

Berikut adalah jadwal pemberian imunisasi dasar pada bayi :

1. Bayi berusia kurang dari 24 jam diberikan imunisasi Hepatitis B (HB-0).
2. Bayi usia 1 bulan diberikan (BCG dan Polio 1).
3. Bayi usia 2 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 1 dan Polio 2).
4. Bayi usia 3 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 2 dan Polio 3).
5. Bayi usia 4 bulan diberikan (DPT-HB-Hib 3, Polio 4 dan IPV atau Polio suntik).
6. Bayi usia 9 bulan diberikan (Campak atau MR).

### **2.5.2 Faktor yang Berkaitan dengan Pengetahuan Ibu terhadap Imunisasi Dasar**

#### 1. Umur

Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berpikir dan bekerja. Makin bertambah usia ibu, tingkat pengetahuan makin tinggi.

#### 2. Pendidikan

Makin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah memahami sesuatu.

#### 3. Paritas

Paritas adalah jumlah anak yang dilahirkan, baik lahir hidup maupun lahir mati. Paritas wanita akan sangat berpengaruh terhadap kesehatan wanita karena semakin tinggi paritas ibu, pengetahuan ibu akan semakin meningkat. (Maternity dkk, 2018).

### 2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Imunisasi

Menurut Lawrence Green (1980) dalam Notoatmodjo (2010) ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang yaitu :

1. Faktor Pemudah (*Predisposing Factor*)

Faktor penyebab seseorang yang mau mengimunitasikan anaknya, karena dipengaruhi oleh pengetahuan ibu, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan, sikap, dukungan keluarga.

2. Faktor Pemungkin (*Enabling Factor*)

Faktor yang menyebabkan seseorang selalu ikut program imunisasi anaknya dipengaruhi oleh keterjangkauan ketempat imunisasi, ketersediaan tempat pelayanan imunisasi (sarana dan prasarana) dan ketersediaan waktu.

3. Faktor Penguat (*Reinforcing Factor*)

Beberapa faktor penguat minat yaitu peran kader, peran petugas kesehatan, peran pemerintah (Sari, 2018).

## 2.6 Metode Pengembangan Multimedia

Metode pengembangan multimedia yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Luther, dimana Luther menggunakan istilah “*authoring*” untuk mendefinisikan pengembangan perangkat lunak multimedia. Luther mendefinisikan langkah-langkah pengembangan perangkat lunak multimedia dengan 6 tahap, dimana setiap tahapannya tidak harus berurutan, tetapi dapat dikerjakan secara parallel dengan tahapan perencanaan (*concept* dan *design*) harus dimulai dulu.

1. *Concept*, pada tahapan ini melingkupi identifikasi pengguna aplikasi, jenis aplikasi (presentasi, interaktif, dan sebagainya), tujuan aplikasi (pemberitahuan, hiburan, pengajaran, dan sebagainya), dan hal-hal umum.
2. *Design*, tahapan ini adalah menentukan secara detil arsitektur, gaya, dan semua material yang akan digunakan pada perangkat lunak multimedia yang akan dikembangkan.
3. *Collecting Content Material*, konten material didapat dari sumber luar atau membuat sendiri sesuai kebutuhan. Sistem *authoring* akan membantu dengan

berbagai cara. Membuat konten material sendiri akan memunculkan beberapa masalah baru, seperti dibutuhkan *hardware* dan *software* yang sesuai persyaratan dan keahlian untuk membuat konten material yang dibutuhkan.

4. *Assembly* Seluruh material dan yang dibutuhkan digabungkan di tahap ini. Tergantung pada apa yang sudah dikerjakan pada tahap sebelumnya, ada kemungkinan tidak ada pekerjaan pada tahap ini atau justru harus dikerjakan keseluruhan.
5. *Testing* Ketika aplikasi sudah dibangun dan konten material sudah masuk ke dalamnya, aplikasi harus di tes untuk meyakinkan bahwa semuanya berjalan sesuai dengan keinginan.
6. *Distribution* Cara pendistribusian aplikasi yang sudah sepenuhnya siap digunakan harus disiapkan dan disesuaikan dengan lingkungan yang sebenarnya (Binanto, 2015).

## 2.7 Perangkat Lunak yang Digunakan

Perangkat lunak (*Software*) yang digunakan pada pembuatan animasi ini yaitu Adobe Illustator CC 2019, Adobe Photoshop CS6, Adobe After Effects CC 2018, Adobe Premiere CC 2015.

### 1. Adobe Illustator CC 2019

Adobe Illustrator merupakan aplikasi untuk mengolah serta mengedit desain atau gambar vektor, dimana aplikasi ini dikembangkan dan dipasarkan oleh Adobe Systems. (Ardilas, 2015).

### 2. Adobe After Effects CC 2018

Adobe After Effects adalah perangkat lunak terutama digunakan untuk membuat grafik gerak dan efek visual dan merupakan salah satu software *compositing* yang populer dan telah digunakan secara luas dalam pembuatan video, multimedia, film dan web. *Software* ini digunakan untuk proses penganimasian berbagai aset (Hendratman, 2016).

### 3. Adobe Premiere CC 2015

Adobe Premiere adalah sebuah program penyunting video berbasis *non-linear editor* (NLE) dari Adobe Systems. *Software* ini digunakan untuk

mengolah video dan pilihan bagi kalangan profesional, terutama yang suka bereksperimen. Program ini banyak digunakan oleh perusahaan pembuatan film / sinetron, *broadcasting*, dan pertelevisian (Hendratman, 2014).

## 2.8 Bentuk *Editing*

Beberapa macam jenis transisi yang dilakukan pada proses *editing*, meliputi:

1. *Cut*, transisi yang paling sering digunakan dan tidak rumit. Transisi *cut* digunakan ketika sebuah klip yang berakhir dan dilanjutkan dengan klip selanjutnya tanpa ada *overlap* atau efek pada saat transisi. Biasanya digunakan untuk memberikan transisi antar shot yang mengambil gambar wajah seorang pemain dengan pemain lainnya ketika sedang melakukan suatu percakapan (Peacock, 2001).
2. *Fade*, terdiri dari *fade-in* dan *fade-out*, biasanya digunakan secara berpasangan atau terdiri sendiri untuk memisahkan berbagai unit-unit cerita. *Fade* bisa digunakan antar *sequence* di tempat yang sama untuk menunjukkan berlalunya waktu. *Fade* juga digunakan untuk menunjukkan beralihnya ke *setting* yang lain.
3. *Dissolve*, sebuah shot atau potongan gambar melakukan *fade-out* dan *shot* selanjutnya *fade-in* yang pada masing-masing *shot* atau gambar tersebut terjadi evolusi atau pergantian warna dan gambar (Peacock, 2001). *Dissolve* dapat juga diartikan sebagai pembauran suatu *scene* pertama yang kemudian diimbangi dengan perubahan kepekaan citra pada *scene* kedua. *Dissolve* digunakan untuk menanggulangi terjadinya penghilangan waktu (*time lapse*) atau pemindahan waktu, atau untuk melunakkan pergantian *scene* agar jangan terasa mendadak atau mengejutkan.
4. *Wipe*, merupakan transisi *shot* dimana *frame* sebuah *shot* bergeser ke arah kiri, kanan, atas, bawah, atau lainnya hingga berganti menjadi sebuah *shot* baru. Teknik *wipe* biasanya digunakan untuk perpindahan *shot* yang terputus waktu tidak berselisih jauh (selang beberapa menit) (Pratista, 2008).

## 2.9 Aspek *Editing*

Menurut Himawan Pratista (2008) teknik editing memungkinkan para sineas untuk memilih atau mengontrol 4 wilayah dasar, yakni:

1. Kontinuitas Grafik, dibentuk oleh unsur *mise-en-scene* dengan menggunakan aspek bentuk, warna, komposisi, pergerakan, set, kostum, tata cahaya, dan sebagainya. Yang biasanya digunakan pada adegan dialog antara dua orang yang memiliki komposisi visual yang relatif sama.
2. Aspek *Ritmik*, digunakan mengontrol *ritme editing* sesuai tuntutan naratif serta estetika. Untuk mengontrol ritme editingnya melalui durasi shot yang sama, semakin pendek atau semakin panjang. Semakin pendek shot-nya akan menghasilkan tempo aksi yang cepat. Sebaliknya semakin panjang shot-nya akan menghasilkan tempo aksi yang lambat.
3. Aspek *Spasial*, digunakan untuk memanipulasi ruang dan waktu.
4. Aspek *Temporal*, digunakan untuk mempengaruhi dalam memanipulasi waktu.

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian yang akan penulis lakukan. 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

Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Data	Metode	Hasil
Adi Rahman Rovianto (Tahun	Pengembangan Iklan Layanan Masyarakat	Tugas Akhir, Politeknik Negeri	Studi kepustakaan dan Literatur	Menghasilkan video iklan layanan masyarakat dengan menerapkan infografis

2015).	Dengan Pendekatan Infografis Tentang Pentingnya Konsumsi Air Putih	Jakarta		menggunakan teknik motion graphic dan Melakukan sosialisasi langsung ke masyarakat dengan cara membagikan stiker dan pembatas buku yang berisikan <i>url</i> video iklan agar dapat ditonton kapan saja dan dimana saja.
Tangguh Wisnu Afandi (Tahun 2015)	Perancangan Motion Graphic Biografi Grup Dan Musisi Pelopor Musik Rock Di Indonesia Edisi Majalah Rolling Stone Indonesia	Skripsi, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta	Metode Literatur dan Analisis	Dengan penelitian ini mampu memberikan informasi yang berkaitan dengan kehidupan para tokoh dalam perkembangan musik rock di Indonesia yang dikemas secara singkat, informatif, dan komunikatif sehingga mudah untuk dipahami.
Yunita Anggrain. (Tahun 2017)	Analisis Dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat Dengan Metode Semiotika Peirce	Tugas Akhir, Politeknik Negeri Batam.	Analisis, Implementasi, Semiotika dan Kualitatif	Menghasilkan video iklan layanan masyarakat dengan teknik motion grafis tentang bahaya rokok dan menganalisa makna dan tanggapan masyarakat dan para mahasiswa terhadap pesan yang disampaikan

				dalam video iklan layanan masyarakat tersebut.
Dika Kurniawati (Tahun 2017).	Implementasi Motion Graphic Untuk Iklan Buang Sampah Pada Tempatnya Dengan Menggunakan Metode Luther Sutopo	Tugas Akhir, Politeknik Negeri Batam	Implementasi, dan metode Luther Sutopo	Menghasilkan video iklan layanan masyarakat untuk saling mengingatkan dan menyadarkan akan bahaya membuang sampah sembarangan, serta menerapkan kedisiplinan kepada generasi penerus usia dini.
Muhammad Alamsyah Try Putra, Nataniel Dengen, & Andi Syakir (Tahun 2017).	Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi Motion Graphic	Jurnal, Universitas Mulawarman Samarinda	Studi Pustaka	Menghasilkan video yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya banjir dan menjaga lingkungan agar tetap bersih dari sampah dengan cara menampilkan video iklan tersebut secara langsung kepada masyarakat.

Setelah melihat dari Tabel 2.4 tentang penelitian terdahulu maka terdapat beberapa 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. Perbedaannya yaitu:

- a. Tema yang diangkat penulis yang sekarang tentang pemberian imunisasi dasar pada bayi.
- b. Perangkat lunak yang digunakan penulis yang sekarang adalah software Adobe Illustator CC 2019, Adobe Premiere CC 2015, Adobe After Effects CC 2018 merupakan serial baru dari Adobe System dengan *tools* dan beberapa fitur yang berbeda sedangkan penulis yang terdahulu belum menggunakan *software* serial terbaru.