

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Visual

Dalam Komunikasi visual proses komunikasi terjadi dengan menggunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, di mana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan.

Ruang lingkup komunikasi Visual dalam melakukan komunikasi antaranya :

- a. Desain Grafis Periklanan (*Advertising*).
- b. Animasi
- c. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*). Pada umumnya, hal ini digunakan ketika pembuatan *Company Profile*, *Mock Up*, hingga *Slider Presentation*.
- d. Desain Marka Lingkungan (*Environment Graphics*).
- e. Desain Multimedia. Desain multimedia ini digunakan di perusahaan percetakan seperti pembuatan *banner*, *backdrop*, *stiker*, dan lain sebagainya.
- f. Desain Grafis Industri (promosi).
- g. Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain). Biasanya hal ini dilakukan di pekerjaan penerbitan ataupun redaksional.
- h. Cergam (komik), Karikatur, Poster. Hal ini diperlukan ketika pembuatan ilustrasi terhadap tulisan sebagai perwakilan tulisan.
- i. Fotografi, Tipografi, dan Ilustrasi.

2.2. Animasi

Kata animasi berasal dari bahasa Latin, *anima* yang berarti “hidup” atau *animare* yang berarti “meniupkan hidup ke dalam”. Kemudian istilah tersebut dialihbahasakan ke dalam bahasa Inggris menjadi *Animate* yang berarti memberi hidup (*to give life to*), atau *Animation* yang berarti ilusi dari gerakan atau hidup.

Lazimnya istilah animation diartikan membuat film kartun (the making of cartoons). Istilah animation tersebut dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia menjadi Animasi (Sugihartono, 2010, 9), sedangkan menurut Purnama (2013, 8) animasi adalah paparan urutan gambar yang setiap satunya terdapat sedikit perbedaan untuk menghasilkan satu pergerakan secara berkelanjutan. Animasi merupakan satu teknologi yang menyebabkan gambar terlihat seolah – olah hidup, dapat bergerak, beraksi dan bersuara.

Menurut Binanto (2010, 225) animasi komputer adalah seni membuat gambar bergerak dengan menggunakan komputer. Animasi komputer pada dasarnya menjadi pengganti animasi stop motion 3D dan animasi frame by frame 2 dimensi. Model animasi 2 dimensi dibuat dan/atau diedit di komputer menggunakan gambar bitmap atau gambar vektor 2 dimensi.

2.2.1 Jenis Animasi

Menurut Sugihartono (2010, 44), Sampai dengan saat ini animasi dibagi dalam kategori besar sebagai berikut.

1. Animasi Gambar Diam (*Stop-Motion Animation*)

Sering pula disebut *Claymation* karena dalam perkembangannya jenis animasi ini sering menggunakan tanah liat (*clay*) sebagai objek yang digerakkan. Teknik animasi *stop-motion* ini sering digunakan dalam efek visual untuk film-film di era tahun 1950-1960-an bahkan sampai saat ini.

2. Animasi Tradisional (*Traditional Animation*)

Sering disebut Animasi Sel (*cel animation*) karena teknik pengerjaannya dilakukan pada celluloid transparent yang sekilas mirip dengan *transparansi* OHP yang sering digunakan untuk presentasi. Karena bentuknya lembaran - lembaran gambar dua dimensi tersebut, teknik ini disebut juga dengan istilah Animasi 2 Dimensi (2D).

3. Animasi Komputer (*Computer Animation*)

Animasi jenis ini secara keseluruhan dikerjakan dengan bantuan komputer. Melalui menu gerakan kamera dalam program komputer,

keseluruhan objek bisa diperlihatkan secara tiga dimensi, sehingga lebih sering disebut dengan istilah animasi tiga dimensi (*3D animation*).

2.2.2 Teknik Animasi

Menurut Binanto (2010) teknik animasi digital yang dipergunakan sampai saat ini adalah sebagai berikut.

1. *Tweening* Merupakan proses pembuatan frame secara otomatis antara dua gambar yang berbeda untuk memberikan tampilan bahwa gambar pertama akan berubah menjadi gambar kedua.
2. *Morphing* Merupakan efek khusus dalam animasi yang berguna untuk mengubah (*morph*) satu gambar menjadi gambar lain dengan perubahan yang halus.
3. *Onion Skinning* Merupakan teknik yang digunakan untuk membuat animasi kartun dan *editing* video untuk melihat beberapa *frame* pada satu waktu. Dengan cara ini animator atau editor dapat membuat keputusan mengenai bagaimana membuat atau mengubah gambar berdasarkan gambar sebelumnya dalam urutan.
4. *Interpolated Rotoscoping* Merupakan teknik animasi dengan animator yang menjiplak gerakan film pada manusia (bukan animasi) *secara frame by frame* untuk digunakan pada film animasi.

2.2.3. Proses Pembuatan Animasi

Menurut Djalle (2007, 77) tahapan proses manajemen produksi yang dalam hal ini adalah proses pembuatan film animasi secara garis besar hampir sama dengan tahapan proses manajemen produksi lainnya. Tahapan manajemen produksi yaitu: Pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi film belum dibuat tetapi persiapan apa saja yang dibutuhkan sudah direncanakan mulai dari tema lalu dikembangkan lagi menjadi story line (sinopsis) hingga akhirnya skenario dan storyboard.

- a. Ide, yaitu inti dari sebuah film, semua yang ada di film berawal dari sebuah ide untuk dikembangkan menjadi sebuah cerita.
- b. Naskah Cerita /Skenario, dari ide dikembangkan menjadi sebuah sinopsis, pe-nokohan untuk kemudian dibuat skenarionya.
- c. *Concept Art, Sketsa -sketsa* rancangan film secara kasar. Sebelum dibawa ke *storyboard*.
- d. *Storyboard*, merupakan bentuk visual sehingga orang lain bisa memahami jika diberi *storyboard* karena berbentuk panel-panel gambar. *Storyboard* yang dibutuhkan sebagai panduan untuk pembuatan film tersebut.
- e. *Recording* dan *Sound FX Music*, suara-suara untuk mengisi film animasi tersebut haruslah dicari sesuai dengan yang direncanakan ketika tahapan pra produksi.

2. Produksi Pada

tahap produksi pembuatan karakter, background, dan benda-benda pendukung, kemudian dianimasikan dan mengacu pada *storyboard* yang dibuat.

- a. membuat *asset*, karakter, *background* animasi 2D secara digital.
- b. Pemberian *tekstur (Coloring)*, Pewarnaan pada setiap elemen-elemen atau gambar yang dibuat.
- c. Penganimasian, proses yang mencakup proses *rigging, skinning* dan animasi.
- d. *Rendering*, setelah semua bagian produksi selesai dihasilkan output baik berupa *still image* atau *movie*.

3. Pasca Produksi

pada tahap ini adalah tahap penyelesaian akhir dari semua kegiatan produksi yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Kesalahan pada waktu produksi sebagian mungkin diselesaikan pada tahap ini. Proses *Editing* adalah hal yang sangat utama, karena pada tahap ini adegan-adegan dari hasil render disatukan dan dirangkai.

2.3. Donor Darah

Donor darah berarti memberikan sebagian darah yang kita miliki untuk disumbangkan kepada orang lain melalui tindakan penyaluran darah. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1980 tentang Tranfusi Darah. Dalam pasal 1 terdapat pengertian tentang tranfusi darah adalah bagian dari tugas pemerintah dibidang pelayanan kesehatan rakyat dan merupakan suatu bentuk pertolongan yang sangat berharga kepada umat manusia yang berdasarkan ilmu pengetahuan kedokteran tentang sumber darah satu-satunya yang paling aman untuk keperluan tranfusi darah adalah darah manusia. Adapun pengertian lain dari tranfusi darah adalah tindakan memasukkan darah atau komponennya ke dalam sistim pembuluh darah seseorang. Komponen darah yang biasa ditransfusikan ke dalam tubuh seseorang adalah sel darah merah, *trombosit*, *plasma* (Reksodiputro,1991).

2.3.1. Prosedur Donor Darah

Prosedur donor darah meliputi seleksi donor, pengambilan darah, pemeriksaan serologi, pengolahan komponen darah, penyimpanan darah dan pengiriman / pendistribusian darah.

a. Petugas

Petugas seleksi awal donor adalah teknisi yang mempunyai kompetensi dan terlatih dalam hal seleksi donor. Untuk pemeriksaan kesehatan donor harus dilakukan oleh seorang dokter (minimal dokter umum).

b. Metoda

Setiap donor harus terlebih dahulu mendapatkan :

1. Pemberian informasi tentang donor darah. Penyumbang darah (donor) disaring keadaan kesehatannya dilakukan pemeriksaan denyut nadi, tekanan darah, suhu tubuh dan contoh darah untuk mengetahui adanya *anemia* (medicastore.com, 2007).
2. Menggali informasi tentang keadaan donor dengan menanyakan apakah pernah atau sedang menderita keadaan tertentu yang menyebabkan darah mereka tidak memenuhi syarat untuk disumbangkan. Keadaan

tersebut adalah *hepatitis*, penyakit jantung, kanker (kecuali bentuk tertentu misalnya kanker kulit yang terlokalisasi), asma yang berat, malaria, kelainan perdarahan, HIV dan kemungkinan tercemar oleh virus HIV, kehamilan, laktasi, pembedahan mayor yang baru saja dijalani, tekanan darah tinggi yang tidak terkontrol, tekanan darah rendah, anemia atau pemakaian obat tertentu, untuk sementara waktu bisa menyebabkan tidak terpenuhinya syarat untuk menyumbangkan darah (medicastore.com, 2007).

3. Pengisian daftar isian donor.
4. Penandatanganan persetujuan tindakan medis (*inform consent*).
5. Pemeriksaan pendahuluan terdiri dari penimbangan berat badan, HB, golongan darah dan pemeriksaan fisik oleh dokter.

c. Persyaratan donor :

1. Keadaan Umum

Calon donor tidak nampak sakit, tidak dalam pengaruh obat-obatan (narkotika) dan alkohol serta tidak menderita penyakit-penyakit kronis dan menular.

2. Umur Donor

Berumur antara 17-60 tahun, kecuali atas pertimbangan dokter. Donor yang berumur 60 tahun dapat menyumbangkan darahnya sampai dengan umur 65 tahun. Donor pertama kali tidak diperbolehkan pada umur 60 tahun.

3. Berat Badan (BB)

Donor dengan BB minimal 45 kg dapat menyumbangkan darahnya sebanyak 350 ml, ditambah sejumlah darah untuk pemeriksaan yang jumlahnya tidak lebih dari 30 ml. Donor dengan BB 50 kg atau lebih dapat menyumbangkan darahnya maksimal sebanyak 450 ml tetapi tidak melebihi 15 % dari perkiraan volume darah calon donor ditambah sejumlah darah untuk pemeriksaan yang jumlahnya tidak lebih dari 30 ml.

4. Suhu tubuh calon donor tidak lebih dari 37 °C.

5. Denyut nadi teratur berkisar antara 60-100 × / menit.

6. Tekanan darah *sistolik* antara 100-160 mmHg dan *diastolik* antara 60-100 mmHg.
7. Kadar *hemoglobin* calon donor $\geq 12,5$ g/dl. Penetapan kadar hemoglobin dilakukan minimal dengan metode CuSO₄ (BJ 1.053).
8. Setelah selesai haid, 6 bulan setelah melahirkan dan 3 bulan setelah berhenti menyusui diperkenankan menyumbangkan darahnya.
9. Jarak penyumbangan darah lengkap tidak kurang dari 8 minggu, maksimal 5 kali setahun. Penyumbangan darah lengkap dapat dilakukan minimal 48 jam setelah menjalani *plasma tromboferesis*. Jarak penyumbangan komponen darah *trombosit minimal* 1 bulan (jumlah trombosit $>150.000/ul$), *maksimal* 6 kali setahun untuk laki-laki dan 4 kali untuk perempuan.

Untuk menjaga kesehatan dan keselamatan resipien, calon donor juga harus memenuhi persyaratan berikut ini:

1. Kulit Donor: Kulit lengan didaerah tempat penyadapan harus sehat tanpa kelaianan, tidak ada bekas tusukan jarum.
2. Riwayat *tranfusi* darah: Calon donor tidak boleh menyumbangkan darahnya dalam waktu 12 bulan setelah mendapatkan tranfusi darah.
3. Penyakit infeksi: Calon donor dengan pemeriksaan laboratorium terhadap *sifilis*, *hepatitis B*, *hepatitis C*, HIV yang menunjukkan hasil positif tidak boleh menyumbangkan darahnya 3 tahun setelah bebas dari gejala malaria, 3 tahun setelah keluar dari daerah *endemis* malaria (jika yang bersangkutan tinggal didaerah *endemis* tersebut 5 tahun berturut-turut), 12 tahun setelah berkunjung ke daerah endemis malaria, 6 bulan setelah sembuh dari penyakit *typhoid/typhus*.
4. Riwayat imunisasi dan vaksinasi: Calon donor dapat menyumbangkan darahnya 8 minggu setelah imunisasi dan vaksinasi.
5. Riwayat operasi : calon donor dapat menyumbangkan darahnya 5 hari setelah pencabutan, 6 bulan setelah menjalani operasi, 12 bulan setelah menjalani operasi besar.

6. Riwayat pengobatan: calon donor dapat menyumbangkan darahnya 3 hari setelah meminum obat-obatan yang mengandung aspirin dan piroxicam, 12 bulan setelah dinyatakan sembuh terhadap penyakit sifilis dan gonorrhoe.
7. Obat-obatan narkotik dan alkohol: pecandu narkotik dan pecandu alkohol tidak boleh menyumbang selamanya.
8. Tato, tindik dan tusuk jarum: calon donor dapat menyumbangkan darahnya 12 bulan setelah ditato, ditindik dan ditusuk jarum (UTD PMI Pusat, 2007).

2.3.2. Manfaat Donor Darah

A. Bagi Pendoror

Bagi pendonor sendiri banyak manfaat yang dapat dipetik dari mendonorkan darah. Beberapa diantaranya adalah :

1. Mengetahui golongan darah. Hal ini terutama bagi yang baru pertama kali mendonorkan darahnya.
2. Mengetahui beberapa penyakit tertentu yang sedang di derita. Setidaknya setiap darah yang didonorkan akan melalui 13 pemeriksaan (11 diantaranya untuk penyakit infeksi). Pemeriksaan tersebut antara lain HIV/AIDS, *hepatitis C*, *sifilis*, malaria, dsb.
3. Mendapat pemeriksaan fisik sederhana, seperti pengukuran tekanan darah, denyut nadi, dan pernapasan (Warta Medika, 2008).
4. Mencegah timbulnya penyakit jantung. Masyarakat awam belum menyadari bahwa donor darah dapat membantu menurunkan resiko terkena serangan jantung. Sebuah penelitian membuktikan donor darah mampu mengurangi kelebihan zat besi di dalam darah, yang diduga berperan menimbulkan kelainan jantung. Perempuan yang mengalami menopause disarankan untuk mendonorkan darahnya secara rutin. Kelebihan zat besi pada kelompok perempuan menopause tidak dapat dikeluarkan pada saat menstruasi. Ini sebabnya kadar zat besi dalam darah perempuan menopause lebih tinggi dibanding perempuan yang

masih mengalami menstruasi. Dengan demikian dapat dimengerti manfaat donor darah untuk mencegah kelainan jantung bagi perempuan menopause (Tempo, 2007).

5. Donor darah membuat awet muda. Usia darah didalam tubuh antara 90 sampai 120 hari, lalu akan rusak atau berganti melalui penguraian didalam tubuh (prosedur normalnya) dengan donor darah yang rutin (3 bulan sekali) maka umur darah itu akan menjadi 30 sampai 60 hari masa pergantiannya, maka akan terbentuk lagi sel-sel yang baru, selain itu mempermudah kerja jantung, pengangkutan O₂ dan sari-sari makanan keseluruhan tubuh, mekanisme ini bila berlangsung rutin akan menghasilkan sirkulasi yang baru sehingga akan terjadi penundaan faktor-faktor penuaan (Johanes, 2008).

B. Bagi Resipien

Manfaat yang paling utama dari darah yang didonorkan sering kali dapat menyelamatkan nyawa seseorang. Darah adalah komponen tubuh yang berperan membawa nutrisi dan oksigen ke semua organ tubuh termasuk organ-organ vital seperti otak, jantung, paru-paru, ginjal, dan hati. Jika darah yang beredar di dalam tubuh sangat sedikit oleh karena berbagai hal, maka organ-organ tersebut akan kekurangan nutrisi dan oksigen. Akibatnya, dalam waktu singkat terjadi kerusakan jaringan dan kegagalan fungsi organ, yang berujung pada kematian. Untuk mencegah hal itu, dibutuhkan pasokan darah dari luar tubuh. Jika darah dalam tubuh jumlahnya sudah memadai, maka kematian dapat dihindari (Warta Medika, 2008).

2.4. 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).

2.4.1. Iklan Layanan Masyarakat

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

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.

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 tidak komersial, tidak bersifat keagamaan, tidak bersifat politik, berwawasan nasional, diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat, diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima, dapat diiklankan dan mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional (Kasali, 1993: 202).

2.4.2. Tahapan Pembuatan Iklan

2.4.2.1. Storyline

Story line atau alur dibuat dari pengembangan ide cerita yang didasarkan pada gagasan dasar (*big idea*) dan disesuaikan dengan panduan dari *creative work plan*. *Story line* adalah suatu panduan kerja dalam proses pembuatan sebuah informasi yang berisi konsep naskah dari informasi yang akan dikerjakan, sehingga penerapan informasi menjadi suatu perancangan dan implementasi mempunyai panduan yang jelas (Nurhasanah & Destyany:2013). Menurut Aminudin (2002) alur adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapantahapan peristiwa sehingga menjalani suatu cerita bisa berbentuk dalam rangkaian peristiwa yang berbagai macam. Alur atau Plot adalah struktur rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun sebagai sebuah interelasi fungsional yang sekaligus menandai urutan bagian-bagian dari keseluruhan fiksi.

2.4.2.2. Storyboard

Storyboard merupakan sebuah skets yang berisi detail tiap-tiap *scene* mulai dari *script*, dialog, posisi kamera, gerakan kamera, durasi dan segala macam gerak gerik yang ada dalam sebuah *scene*. 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. Menurut Binanto (2010:255) *storyboard* merupakan pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal dari suatu file, animasi, atau urutan media interaktif.

2.4.2.3.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).

Pada proses editing, gambar tidak cukup hanya digabung-gabungkan begitu saja. Banyak sekali variabel yang harus diketahui dalam proses editing, misalnya : *camera angle*, *camera works*, jenis *shoot*, motivasi, informasi, komposisi, sound, dan continuity. Istilah-istilah tersebut merupakan “*Grammar of The Edit*” yang harus dipegang dan diketahui oleh seorang editor.

a. Motivasi

Pada film, gambar-gambar seperti jalanan kota, gunung, laut, awan, dan sebagainya sering kali ditampilkan sebelum gambar utama (subjek/objek). Tujuan dimunculkan gambar-gambar tersebut adalah sebagai penggiring dan penjelas dari gambar selanjutnya. Selain gambar, motivasi dapat juga dimunculkan dalam bentuk audio, misalnya : suara telepon, air, ketukan pintu, dan sebagainya. Motivasi dapat juga berupa perpaduan gambar dan audio.

b. Informasi

Pengertian informasi pada editing sebenarnya mengacu pada arti sebuah gambar. Gambar-gambar yang dipilih oleh seorang editor harus memberikan suatu maksud atau menginformasikan sesuatu.

c. Komposisi

Salah satu aspek penting bagi editor adalah pemahaman tentang komposisi gambar yang memenuhi standar yang sudah disepakati atau sesuai dengan *Cameraworks*.

d. Continuity

Continuity adalah suatu keadaan di mana terdapat kesinambungan antara gambar satu dengan gambar sebelumnya. Sedangkan fungsi dari continuity adalah untuk menghindari adanya jumping (adegan yang terasa meloncat), baik itu pada gambar atau audio.

e. Titling

Semua huruf yang diperlukan untuk menambah informasi gambar. Misalnya : judul utama, nama pemeran, dan tim kreatif.

f. Sound

Sound dalam editing dibagi menurut fungsinya, sebagai berikut : (1) Original Sound : Semua audio/suara asli subjek/objek yang diambil bersama

dengan pengambilan gambar/visual. (2) Atmosfer : Semua suara latar/background yang ada di sekitar subjek/objek. (3) Sound Effect : Semua suara yang dihasilkan/ditambahkan ketika saat editing, baik dari original sound maupun atmosfer. (4) Music Illustration : Semua jenis bunyi-bunyian/nada, baik itu secara akustik maupun elektrik yang dihasilkan untuk memberi ilustrasi/kesan kepada emosi penonton.

2.4.2.4. 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).

2.5. Perangkat Lunak yang Digunakan

2.5.1. Adobe Illustrator CS6

Adobe Illustrator CS6 adalah *software* grafis vektor standar industri yang digunakan di seluruh dunia oleh desainer dari semua jenis yang ingin membuat grafis digital, ilustrasi, dan tipografi untuk semua jenis media: cetak, web, interaktif, video, dan *mobile* (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan tugas akhir ini Adobe Illustrator CS6 digunakan untuk membuat desain segala keperluan desain yang berbentuk vector seperti gambar-gambar objek yang nantinya akan digunakan dalam *compositing* pembuatan *graphic* iklan layanan masyarakat.

2.5.2. Adobe After Effects CS6

Adobe After Effects CS6 adalah animasi industri terkemuka dan perangkat lunak *compositing* kreatif yang digunakan oleh berbagai *motion graphic* dan seniman efek visual. Menawarkan kontrol yang unggul, banyak pilihan kreatif, dan integrasi dengan aplikasi pasca-produksi lainnya. (Adobe Systems Incorporated, 2013). Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, Adobe After Effects CS6 digunakan dalam melakukan proses *compositing* untuk menggerakkan karakter beserta *icon* lainnya yang terdapat pada iklan layanan

masyarakat, dengan Adobe After Effect CS6 juga dapat dibuat pergerakan menggunakan *tools* yang terdapat pada *software* itu sendiri untuk menciptakan efek gerak. Pergerakan diciptakan menjadi sebuah cerita sehingga dapat menyampaikan pesan kepada *audience*.

2.5.3. Adobe Premiere Pro CS6

Adobe Premiere Pro CS6 adalah *software* yang menggabungkan kinerja yang luar biasa dengan rapi, antarmuka yang diubah dan sejumlah fitur kreatif baru yang fantastis, termasuk didalamnya *Warp Stabilizer* untuk menstabilkan *footage*, *timeline trimming* yang dinamis, *multicam editing* yang diperluas, *adjustment layers*, dan banyak lagi (Adobe Systems Incorporated, 2013). Pada tugas akhir ini Adobe Premiere Pro CS6 digunakan untuk menyusun video *motion graphic* yang telah dibuat di Adobe After Effect CS6 dan serta digunakan untuk menambahkan efek suara hingga akhirnya di lakukan proses *rendering* menjadi produk video animasi 2 dimensi yang siap dipertontonkan kepada *audience*.

2. 6. Skala Pengukuran Sikap

Menurut Sugiyono (2011, 92) skala pengukuran sikap merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dengan skala ini, maka variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Berbagai skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian administrasi, pendidikan dan sosial antara lain adalah skala *Likert*, Skala *Guttman*, *Rating Scale* dan *Sematic Differential*. Keempat skala tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan mendapatkan data interval atau rasio tergantung pada bidang yang diukur.

2.6.1. Skala Likert

Perhitungan kuesioner dilakukan dengan Metode Skala Likert. Menurut Noor (2013) Skala Likert Merupakan teknik pengukuran sikap dimana subjek

diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala Likert merupakan salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

Skala yang umumnya dipakai dalam metode skala likert yaitu menggunakan lima angka penilaian, yaitu : a.) Sangat Setuju, b.)Setuju, c.) Tidak Bependapat, d.) Tidak Setuju, e.) Sangat Tidak Setuju.

Dalam membuat kuesioner hendaknya terlebih dahulu membuat tabel bobot dan persentase nilai kuesioner seperti yang ditampilkan pada tabel 2.1 dan tabel 2.2

Tabel 2.1 Bobot nilai kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral/Ragu- Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 2.2 Persentase nilai kuesioner

Jawaban	Persentase
Sangat Setuju	81% - 100%
Setuju	61% - 80%
Netral/Ragu- Ragu	41% - 60%
Tidak Setuju	21% - 40%
Sangat Tidak Setuju	0% - 20%

Menghitung jumlah skor dari setiap jawaban yang telah diisi oleh koresponden dengan rumus sebagai berikut: **Jumlah yang menjawab x Bobot Jawaban**

Kemudian seluruh skor tiap jawaban dijumlah dan digunakan untuk hitung hasil interpretasi. Sebelum menghitung hasil interpretasi perlu diketahui skor tertinggi (x) dan terendah (y)

X = Skor tertinggi likert x jumlah responden

Y = Skor terendah likert x jumlah responden

Untuk menghitung Interpretasi hasil dalam persentase menggunakan rumus sebagai berikut: **Total skor / skor tertinggi x 100**

Setelah mendapatkan persentasi hasil barulah dapat diketahui hasil dari sebuah penelitian tergolong kepada kategori sangat setuju, setuju, netral/tidak berpendapat, tidak setuju, ataupun sangat tidak setuju.

2.7 Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Menurut cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), *kuisisioner* (angket) dan *observasi* (pengamatan). (Sugiyono, 2011, 137)

1. Interview (Wawancara)

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan dengan tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui pasti tentang informasi apa yang diperoleh. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara

yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya (Sugiyono, 2011, 137).

2. *Kuisisioner* (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2011, 137)

3. *Observasi* (Pengamatan)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila *responden* yang diamati tidak terlalu besar. (Sugiyono, 2011, 137)

4. Studi Dokumen atau Teks

Menurut Sujarweni (2014, 23) studi dokumen atau teks merupakan kajian dari bahan dokumenter yang tertulis bisa berupa buku *teks*, surat kabar, majalah, surat-surat, film, catatan harian, naskah, artikel dan sejenisnya ataupun bahannya juga dapat berasal dari pikiran seseorang yang tertuang dalam buku atau naskah yang dipublikasikan untuk dianalisis, diinterpretasikan dan digali sehingga dapat menentukan tingkat pencapaian pemahaman terhadap topik tertentu dari sebuah baahn atau teks tersebut.

5. Kajian Pustaka

Menurut Sujarweni (2014, 57) Kajian pustaka berisi teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian. Pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan *literatur* yang tersedia. terutama dari artikel - artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. kajian pustaka berfungsi membangun konsep atau teori menjadi dasar studi dalam penelitian.

2.8. Metode Pengembangan Multimedia

Ada banyak metode pengembangan multimedia, namun dalam perancangan video *motion graphic* untuk pembuatan iklan layanan masyarakat ini, penulis

menggunakan metode pengembangan multimedia menurut Luther. Metode-metode yang ditemukan berasal dari website, jurnal/prosiding, dan buku teks. Metode-metode yang dipilih pada penelitian ini berasal dari jurnal/prosiding dan buku teks untuk menjaga kadar keilmiahannya. Metode-metode tersebut dikemukakan oleh Luther (1994), Godfrey (1995), Villamil-Molina (1997), Sherwood-Rout (1998), dan Vaughan (2004).

2.8.1. Konsep Pengembangan Multimedia menurut Luther

Konsep pengembangan multimedia menurut metode Luther (1994) (dalam Binanto 2015), menggunakan istilah “authoring” untuk mendefinisikan pengembangan perangkat lunak multimedia. Luther mendefinisikan langkah-langkah pengembangan perangkat lunak multimedia dengan 6 tahap yaitu *concept* (konsep), *design* (desain), *material collecting* (pengumpulan materi), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (pendistribusian). Dimana setiap tahapannya tidak harus berurutan, tetapi dapat dikerjakan secara parallel dengan tahapan perencanaan (*concept* dan *design*) harus dimulai dulu.

2.8.2. Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Geoffrey

Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Geoffrey (1995) (dalam Binanto 2013), Metode ini merupakan metode klasik waterfall yang terdiri dari 7 (tujuh) tahapan yang kemudian tahapan-tahapan tersebut di modifikasi agar dapat digunakan untuk pengembangan perangkat lunak multimedia. Sifat dari metode ini adalah tahapan berikutnya akan dikerjakan apabila tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan. Metode ini secara implisit mengemukakan kebutuhan akan sebuah tim yang terdiri dari berbagai bidang keahlian yang diperlukan untuk mengembangkan perangkat lunak multimedia.

2.8.3. Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Villamil-Molina

Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Villamil-Molina (1997) (dalam Binanto 2013), Metode ini menambahkan tentang manajemen produksi karena menurut mereka, manajemen produksi tidak dapat terlepas dari

metode pengembangan perangkat lunak multimedia yang terdiri dari 5 (lima) tahapan. Hal ini disebabkan oleh pandangan mereka bahwa keberhasilan pengembangan multimedia merupakan hasil dari pekerjaan tim yang terpadu. Sifat dari metode ini adalah tahapan berikutnya akan dikerjakan apabila tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan. Disamping itu, dalam salah satu tahapan metode Villamil-Molina disinggung tentang pengaturan dan kontrol anggaran keuangan yang digunakan dalam pengembangan perangkat lunak multimedia.

2.8.4. Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Sherwood-Rout

Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Sherwood-Rout (1998) (dalam Binanto 2013) Metode ini fokus pada 6 (enam) tahapan pengembangan dengan setiap tahapan dibagi menjadi 3 kategori (Development, Management, dan Support). Hal yang menarik dari metode ini adalah review dari client, evaluasi formatif dan pengujian kegunaan dilakukan di hampir semua tahapan. Walaupun demikian, ternyata sifat dari metode ini adalah tahapan berikutnya akan dikerjakan apabila tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan.

2.8.5. Konsep Pengembangan Multimedia menurut Metode Vaughan

Konsep Pengembangan Multimedia menurut metode Vaughan (2004) (dalam Binanto 2013) Metode ini memberikan 4 (empat) tahapan global yang kemudian dirinci secara teknis menjadi beberapa tahapan lagi. Sebelum melangkah ke tahapan pengembangan perangkat lunak multimedia, metode ini menyarankan untuk membentuk tim produksi terlebih dahulu, seperti yang dilakukan oleh Villamil-Molina (1997). Tim produksi multimedia yang diperlukan dapat terbagi menjadi 18 peran, mulai dari produser sampai pemasaran produknya.

2.9. Perbandingan Metode Pengembangan Multimedia

Metode-metode pengembangan multimedia yang telah disebutkan diatas masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis membuat perbandingan kelebihan dan kekurangan metode yang akan digunakan

dalam hal ini penulis memilih menggunakan metode pengembangan multimedia menurut Luther yang kemudian akan dibandingkan dengan metode pengembangan multimedia lain seperti metode menurut Godfrey, metode menurut Villamil-Molina, metode menurut Sherwood-Rout, dan metode menurut Vaughan. Selengkapnya ada pada tabel koparasi 2.3.

Tabel 2.3. Kelebihan dan Kekurangan Metode-Metode

No	Metode	Kelebihan	Kekurangan
1.	Luther	1) Memungkinkan untuk dilakukan pembaharuan jika dibutuhkan dimasa mendatang. 2) Metode ini tidak membutuhkan tim dalam pengerjaannya, sebab penulis mengerjakan tugas akhir secara mandiri, tidak berkelompok. 3) Ada kesesuaian antara nama tahapan pada metode dengan apa yang dikerjakan pada tahapan tersebut sehingga memudahkan penulis dalam memahami pembuatan video. 4) Metode ini tidak membutuhkan bahasan tentang pembiayaan pembuatan video.	1) Hanya memberikan gambaran secara umum tidak detil sampai penggunaan tools untuk membantu penyelesaian di tiap tahapan yang ada. 2) Tahapan yang ada di dalamnya dapat dilakukan secara tidak berurutan, tetapi dapat melompat sesuai dengan kebutuhan dan dapat berjalan secara paralel. Tetapi ditekankan bahwa tahapan analisa dan desain harus dilakukan dulu di awal pengembangan.
2.	Godfrey	1) Tahapannya jelas dan mudah diikuti. 2) Terstruktur dan berurut secara logis. 3) Dapat digunakan oleh	1) Penamaan tahapan dapat membingungkan pengembang karena kurang mencerminkan apa yang dilakukan tahapan tersebut.

		pengembang kecil.	2) Bukan metode yang benar-benar baru.
3.	Villamil-Molina	<p>1) Mempunyai struktur organisasi pengembang yang jelas.</p> <p>2) Tim terdiri dari orang-orang yang berkompeten di bidangnya.</p> <p>3) Pengaturan dan kontrol anggaran keuangan masuk dalam salah satu tahapannya.</p>	<p>1) Pembentukan organisasi pengembang dan kontrol anggaran sulit dilakukan ketika pengembangnya adalah mahasiswa yang sedang menggunakan metode ini untuk mengerjakan Tugas Akhir yang notabene bersifat individual.</p> <p>2) Penamaan tahapan dapat membingungkan pengembang karena kurang mencerminkan apa yang dilakukan tahapan tersebut.</p> <p>3) Penjelasan pertahapan tidak terlalu detil sehingga pengembang dapat kesulitan untuk memahami tahapan yang akan dilalui.</p>
4.	Sherwood-Rout	<p>1) Mempunyai tahapan yang lengkap, rinci, dan mudah dipahami.</p> <p>2) Selalu ada review dari client di hampir setiap tahapan.</p>	<p>1) Kategori di setiap tahapan dapat menjadi kendala dan kebingungan pada pengembang ketika menerapkan metode ini.</p> <p>2) Waktu penyelesaian video yang dikembangkan menjadi lebih lama</p>
5.	Vaughan	1) Mendefinisikan peran tim	1) Pembentukan tim produksi

		<p>produksi multimedia, sehingga memudahkan pengembang membentuk tim produksi .</p> <p>2) Tim terdiri dari orang-orang yang berkompeten di bidangnya.</p> <p>3) Pembiayaan pembuatan video merupakan salah satu tahapannya.</p> <p>4) Tahapan dijelaskan secara rinci dan detil sehingga memudahkan pengembang.</p>	<p>multimedia dan pembiayaan sulit dilakukan ketika pengembangnya adalah mahasiswa yang sedang menggunakan metode ini untuk mengerjakan Tugas Akhir yang notabene bersifat individual</p> <p>2) Terlalu banyak tahapan yang ada sehingga terkesan kompleks</p> <p>2) Setiap selesai tahapan dilakukan evaluasi dan laporan sehingga berpengaruh pada lamanya pembuatan video.</p>
--	--	---	---

2. 10. Semiotika

Ada dua aliran besar dalam semiotika. Aliran pertama dominan di Eropa berdasarkan karya ahli linguistik Perancis Ferdinand De Saussure. Aliran ini mempelajari peran simbol dan tanda dalam kehidupan sosial. Aliran kedua dominan di Amerika Utara berdasarkan karya Charles Sanders Peirce, aliran ini mempelajari doktrin formal mengenai tanda dan simbol (Nur, 2013).

Metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce digunakan dalam meneliti subyek penelitian yang berupa motion grafis iklan layanan masyarakat tentang Layanan Donor Darah dan objek penelitian berupa index, icon, dan simbol yang terdapat pada motion grafis yang diajukan. Sesuai dengan kutipan Karima dkk (2014), dalam jurnalnya mengatakan bahwa “semiotika disebut sebagai ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda merupakan basis dari komunikasi, dengan perantara tanda-tanda, manusia dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya”.

Analisis semiotika yang dikembangkan oleh Peirce membedakan tipe-tipe tanda dalam teori tripologi tanda menjadi ikon (icon), indeks (index), dan lambang (symbol) yang didasarkan atas relasi diantara representamen dan objeknya (Mudjiyanto dkk, 2013). Dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Icon: sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya (terlihat pada gambar atau lukisan);
- b. Index: sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya; dan
- c. Symbol: sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.

Analisis semiotika mengkaji tentang tanda, berfungsinya tanda, dan produksi makna. Dalam produk multimedia berupa iklan layanan masyarakat yang dianalisa, dapat diteliti makna tersirat dari pergerakan karakter dan simbol-simbol lainnya yang ingin disampaikan dalam iklan layanan masyarakat tentang bahaya rokok tersebut menggunakan media animasi motion grafis. Dikutip dari jurnal Hackley (2003) Ide dasar penggunaan semiotics adalah menemukan aturan yang mengatur perilaku manusia. Berikut adalah pendekatan analisis semiotika yang dapat dilihat dari Tabel 2.4

Tabel 2.4 Pendekatan Analisis Semiotika

Daftar pertanyaan	Mengapa tanda tersebut memiliki arti bagi saya? Apa arti tanda tersebut bagi orang lain? Mengapa tanda tersebut memiliki arti bagi orang lain?
Sumber potensial tanda Objek (Visual Semiosis)	Contohnya adalah gaya berpakaian, Penggunaan objek atau karakter dalam cerita, jenis huruf, penggunaan simbol, dll.
Gestur (Bodily)	Contohnya adalah raut wajah, perilaku ekspresif, postur tubuh, bentuk

Semiosis)	wajah, posisi tubuh, dll.
Ucapan (Verbal Semiosis)	Contohnya adalah idiom yang digunakan, aksen atau dialek penggunaan metafora, nada bicara, volume suara, kecepatan bicara, dll.

Semiotika dapat diterapkan keberbagai macam penelitian, misalnya komunikasi massa, komunikasi visual, tulisan, dan lainnya. Semiotika memiliki potensi bagus dalam menganalisis dan menginterpretasikan data yang berbentuk teks, musik, foto, video, dan lainnya. Menurut Peirce mengenai tanda ialah, “salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili tanda tersebut (Sobur, 2009).

Bagi Peirce, makna tidak dapat diartikan secara tetap, namun dapat diartikan secara beragam sesuai bagaimana batasan-batasan yang diberlakukan penggunaannya (Sari, 2012). Yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi (Sobur, 2009).