

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Covid-19**

Covid-19 atau *coronavirus disease 2019* adalah jenis penyakit baru yang disebabkan oleh virus dari golongan *coronavirus*, yaitu SARS-CoV-2 yang sering disebut virus Corona. Covid-19 dapat menyebabkan gangguan sistem pernafasan, mulai dari gejala yang ringan seperti flu, hingga infeksi paru-paru, seperti pneumonia

##### **2.1.1 Masa Adaptasi Kebiasaan Baru**

Masa Adaptasi Kebiasaan Baru adalah masa dimana tingkat kasus terkonfirmasi virus corona masih tinggi, namun diharapkan masyarakat menerapkan protokol kesehatan dengan disiplin dalam berkegiatan guna memperlambat angka penyebaran virus tersebut.

#### **2.2 Pengertian Multimedia**

Istilah multimedia terdiri dari dua kata, yaitu multi dan media. Pengertian multi berarti banyak atau lebih dari satu, sedangkan kata media alat/sarana/piranti untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan hubungan atau interaksi dua arah. Dengan adanya komunikasi sebuah informasi akan mudah dipahami oleh indera.

Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, animasi, dan video yang disampaikan dengan komputer atau peralatan manipulasi elektronik dan digital. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi. (Suyanto, 2005)

##### **2.2.1 Unsur-unsur Multimedia**

Menurut Senn, di dalam multimedia terdapat beberapa elemen, elemen tersebut diantaranya adalah *text*, *image*, audio, video, dan animasi. (Purwanto, 2008)

###### **1. Text**

Bentuk data multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan adalah *text* (teks). Kebutuhan teks bergantung pada penggunaan aplikasi multimedia.

2. *Image*

Image (grafik) merupakan hasil sebuah pengambilan citra yang didapat melalui alat penangkap citra, seperti kamera dan *scanner*, yang hasilnya sering disebut dengan gambar. Gambar dapat berwujud sebuah ikon, foto, ataupun simbol.

3. *Audio*

Audio (suara) adalah komponen multimedia yang dapat berwujud narasi, musik, efek suara, atau penggabungan diantara ketiganya.

4. *Video*

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh sebuah kamera, kemudian disusun ke dalam urutan *frame* untuk dibaca dalam satuan detik.

5. *Animasi*

Animasi yaitu penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada *layer*. Penciptaan animasi terdiri dari tiga tahap yaitu, permodelan, *layout* dan animasi, dan *rendering*.

### 2.2.2 Metode Pengembangan Multimedia

Selanjutnya untuk metodologi pengembangan sistem mengacu pada Metode Pengembangan Multimedia Luther, (1994) (dalam Hadi Sutopo 2003). Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam pengembangan sistem ini berdasarkan metodologi tersebut diantaranya adalah :

1. *Concept*

Tahap *concept* (pengkonsepan) yaitu menentukan tujuan, termasuk identifikasi audiens, jenis iklan, tujuan iklan, isi iklan dan spesifikasi umum. Dasar aturan untuk perancangan juga ditentukan pada tahap ini, seperti durasi iklan, target, dan lain-lain. Hasil dari tahapan ini adalah deskripsi konsep dalam bentuk judul, ide cerita, sinopsis dan *storyline*.

2. *Design*

Tahap *design* (perancangan) ini menerjemahkan tujuan kedalam sebuah desain yang akan menjadi acuan dalam mengembangkan iklan layanan masyarakat ini. Hasil dari tahapan desain ini adalah desain karakter dan *storyboard*.

3. *Material Collecting*

*Material collecting* (pengumpulan materi) adalah tahap pengumpulan bahan. Bahan yang dikumpulkan adalah *image* atau gambar, audio, foto *digital*, video, dan *image-image* pendukung lain. Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah *graphic design, modelling 3D*, pembuatan *bumper opening, closing, credit title*. Pada praktiknya, tahap ini bisa dilakukan secara paralel dengan tahap *assembly*.

4. *Assembly*

Setelah dibuat *storyboard*, maka tahap selanjutnya adalah tahap *assembly* (pembuatan). Iklan layanan masyarakat ini berbasis animasi 2D dan 3D, maka dari itu tahapan-tahapan tersebut adalah *compositing* dan animasi yang menggunakan Adobe After Effects CS6, Blender, *sound effect* dan musik yang menggunakan Audacity, serta *editing* dan *rendering* yang menggunakan Adobe Premiere Pro CS6.

5. *Testing*

Tahap testing (pengujian) yaitu dilakukan setelah tahap pembuatan dengan menjalankan dan melakukan peninjauan (*preview*) apakah ada kesalahan atau tidak. Pada tahap ini dilakukan uji kelayakan produk dengan teknik kuesioner kepada beberapa target audiens.

6. *Distribution*

Pada tahap distribusi, hasil video yang telah jadi sebelumnya, di-*upload* ke dalam media sosial Facebook, Google Form dan Youtube. Selain itu peneliti menampilkan langsung iklan layanan masyarakat ini pada sekelompok masyarakat yang menjadi sasaran. Ini merupakan tahapan akhir dimana media telah siap untuk ditonton.

### 2.3 Iklan

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

Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan. (UU No 32 Th 2002 Bab I, Pasal 1 ayat 5)

### 2.3.1 Kategori Tujuan Iklan

Secara umum iklan di televisi dikategorikan dalam dua tujuan, yaitu:

#### 1. Iklan Komersial

Iklan ini sering disebut sebagai iklan bisnis atau niaga, tujuannya untuk mendapatkan keuntungan ekonomi seperti peningkatan penjualan suatu produk. 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.

#### 2. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat merupakan siaran iklan non komersial yang disiarkan melalui media cetak ataupun elektronik dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut. Dalam iklan layanan masyarakat disajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum. **(Dwihantoro, 2010)**

Jenis iklan ini dapat disampaikan melalui berbagai jenis media. diantaranya adalah media cetak, media luar ruang, media digital, dan media lain. Media cetak adalah segala barang yang dicetak dan ditunjukkan untuk umum dengan tujuan untuk menyebarkan informasi atau pesan komunikasi, contohnya adalah koran, majalah dan poster. Media luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, di pusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya. Media digital adalah media yang menggunakan bantuan alat-alat digital dalam penyampaian, seperti TV dan *Handphone* Media lain yang dimaksud merupakan bentuk lain dari promosi seperti pin, stiker dan sablon kaos.

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. **(Kasali, 1993)**

#### **2.4 Animasi**

Definisi animasi sendiri berasal dari kata '*to animate*' yang berarti menggerakkan, menghidupkan. Seperti sebuah benda yang mati, lalu digerakkan melalui perubahan sedikit demi sedikit dan teratur sehingga memberikan kesan yang hidup. Dapat disebut juga bahwa animasi adalah proses penciptaan efek gerak atau efek perubahan bentuk yang terjadi selama beberapa waktu dan juga merupakan suatu teknik menampilkan gambar berurut sedemikian rupa sehingga penonton dapat merasakan adanya ilustrasi gerakan pada gambar yang ditampilkan. Definisi tersebut mengartikan bahwa benda – benda mati dapat hidup dan animasi dipandang sebagai suatu hasil proses dimana obyek – obyek yang digambarkan atau divisualisasikan tampak hidup. Kehidupan tersebut dapat dinyatakan dari suatu proses pergerakan. **(Albardon, 2010)**

Animasi adalah suatu seni untuk memanipulasi gambar menjadi seolah – olah hidup dan bergerak. Dengan animasi 2D benda terlihat menjadi seolah hidup dengan menggunakan kertas atau komputer. Ketika gambar – gambar tersebut diproyeksikan secara berurutan dan cepat, lilin, *clay* maupun boneka tersebut akan terlihat seperti hidup dan bergerak.

#### **2.5 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 (Siregar,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*.

4. *Typographic*

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

## 2.6 Proses Pembuatan Animasi Motion Graphic

Dalam proses pengerjaan film animasi harus mempunyai alur pembuatan film agar dapat lebih terarah. Jadi, untuk itu dibuatlah alur pembuatan film animasi.

### A. Pra produksi

Merupakan tahap yang harus ditempuh sebelum memasuki proses/pembuatan film animasi. Fungsi dari tahap ini adalah sebagai landasan utama/pedoman dalam pembentukan film dimana jenis cerita, penokohan, alur cerita dan pembentukan karakter ditentukan ditahap ini. Berikut elemen-elemen dalam tahap pra produksi:

1. Ide Cerita

Ide cerita merupakan sebuah jawaban mengenai pertanyaan yang mendasar pada sebuah film, yakni apa yang hendak dibicarakan dalam film tersebut. Ide cerita ini pula yang akan menjadi sebuah *premise* atau tagline dari sebuah

judul film. Oleh karena itu, ide cerita dituliskan dalam kalimat pernyataan. **(Anton Mabruri, 2013)**

2. Judul dan Sinopsis

Judul adalah sebuah bahasa yang tertulis dan terucap sebagai identitas sebuah karya yang mempunyai nilai-nilai filosofis dari karya tersebut. Judul juga dikenal dengan nama *premise*. Sinopsis bukan dipahami hanya sebagai ringkasan cerita sebuah film. Sinopsis berisi ikhtisar film, alur cerita, konflik, maupun tokoh yang penting dan mempengaruhi plot, termasuk informasi tempat dan waktu kejadian. **(Anton Mabruri, 2013)**

3. *Time Schedule*

*Time Schedule* merupakan penjadwalan waktu dalam sebuah produksi agar produksi dapat berjalan sesuai dengan waktu yang di inginkan.

4. *Script*

*Script* adalah naskah film yang ditulis untuk film atau acara-acara televisi. *Script* dapat dihasilkan dalam bentuk olahan asli atau adaptasi dari penulisan yang sudah ada seperti hasil sastra.

5. *Storyboard*

*Storyboard* merupakan penuangan gambaran terhadap cerita sebagai dasar visual yang akan menjadi basis animasi hampir keseluruhannya *storyboard* ini dibuat setelah melalui proses-proses sebelumnya seperti sketsa dan alur cerita yang sudah didapat. **(Arief Ruslan, 2016)**

B. Proses produksi

Proses produksi merupakan proses dimana pembuatan animasi film animasi tersebut dimulai. Inti dari proses pembuatan film animasi adalah pada tahap produksi. Dalam tahap produksi ini terjadi beberapa pekerjaan yang dilakukan secara teratur. Dimulai dari pembuatan *asset 2D*, hingga *rendering*. Berikut tahapan proses produksi:

1. *Design Asset*

Desain karakter merupakan gambaran-gambaran seperti tokoh, latar, dan pengambilan gambar (*Camera view*) sebagai landasan awal atau utama dalam perfilman, khususnya film animasi. Desain sangat penting ketika para animator ingin menuangkan ide mereka dengan cepat instan.

2. *Animating*  
*Animating* atau penganimasian (*keyframe*) dilakukan pada saat semua proses dianggap sudah selesai, maka tahap animasi dapat dijalankan seperti animasi-animasi digital lainnya yang berbicara mengenai *keyframing*.
3. *Rendering*  
*Rendering* adalah proses pembangun gambar dari sebuah model yang secara kolektif yang dapat disebut sebuah berkas adegan yang menggunakan program komputer.
4. *Recording Narasi*  
Perekaman suara bicara dilakukan oleh *talent* yang sesuai dengan penokohan yang telah dibentuk *animator*. **(Arief Ruslan, 2016)**
5. *Backsound Effect*  
*Backsound effect* merupakan efek suara yang dibuat untuk mendukung suasana didalam adegan film animasi.
6. *Bumper Opening, Closing dan Credit Tittle*  
*Bumper* merupakan tampilan awal di dalam sebuah film animasi yang berbasis yang menunjukkan sebuah identitas dari pembuat produksi iklan tersebut.

### C. Pasca produksi

Pasca produksi dilakukan setelah tahap produksi selesai dilaksanakan. Pada tahap pasca produksi, terdapat beberapa hal yang dilakukan adalah *editing*. Pada prinsipnya, sutradara dan *editor* memiliki kebebasan menginterpretasikan tema.

Sebelum memasuki tahap *editing*, yang perlu disiapkan adalah: memilih dan menyiapkan *editor*, *narrator*, penata musik, penata suara, penata narasi, dan penulis *editing script* atau *paper edit*. Selain itu, banyak *software* yang bisa digunakan dalam mengedit video seperti *Adobe Premiere*, *Final Cut Pro*, *Sony Vegas Pro* dan masih banyak lagi.

#### 1. *Editing Compositing*

Sebagian pendapat menganggap bahwa tema sebagai titik tolak, sehingga interpretasi merupakan tuntutan selanjutnya. Pasalnya, interpretasi dan teknik *editing*, itulah yang nantinya memberikan unsur dramatik pada subjek-subjek dalam dokumenter tersebut. **(Gerzon Ayawaila, 2017)** *Compositing* atau komposisi merupakan penggabungan dari semua yang sudah dibuat sebelumnya. Penggabungan ini membutuhkan skema pekerjaan atau progres *chart* yang merupakan barometer



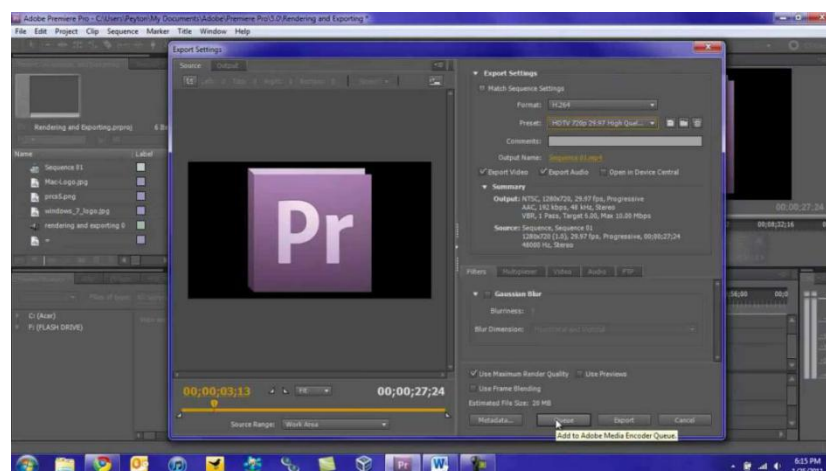
untuk mensinkronisasikan antara animasi dan berbagai hal lainnya. (Arief Ruslan, 2016)



**Gambar 2.1 Tahap Compositing**

## 2. Final Rendering

*Final rendering* merupakan proses akhir dari pembuatan. Semua elemen yang diperlukan dijadikan satu di *Adobe Premiere Pro*. Sebelum proses *rendering* dilakukan, terdapat beberapa pengaturan yang perlu diatur. Langkah - langkah pengaturan *render* yaitu pilih menu *File - Export - Media*. Lalu akan masuk ke jendela *Export Setting*. Pada *Export Setting* ada beberapa hal yang harus diatur, diantaranya yaitu *Format* dan *Preset*. *Format* merupakan *Codex* yang digunakan dalam video, format yang digunakan dalam film ini yaitu H.264 dan untuk *Preset* yaitu HD 1080.



**Gambar 2.2 Final Rendering**

## 2.7 Perangkat Lunak yang Digunakan

Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini terdapat beberapa jenis perangkat lunak (*software*) yang digunakan, diantaranya sebagai berikut:

### A. *Software Editing Video*

*Software editing video* berfungsi membuat efek animasi, menggabungkan asset-asset animasi yang dibuat, serta menggabungkan seluruh material yang diperlukan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat berbasis animasi 2D ini. Beberapa jenis *software editing video* tersebut adalah *Adobe Premiere Pro* dan *Adobe After Effect*.

### B. *Software Desain Digital*

Untuk membuat asset-aset yang dibutuhkan dalam pembuatan animasi 2D (2 dimensi) dibutuhkan *software* yang dapat menunjang pembuatan asset tersebut. *Software* tersebut diantaranya adalah *Adobe Illustrator* dan *Adobe After Effect*.

## 2.8 Perangkat Keras yang Digunakan

Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini, perangkat keras (*hardware*) yang digunakan adalah sebagai berikut :

No	Perangkat Keras
1.	Laptop Asus Vivobook Intel Core i7
2.	<i>Processor:</i> Intel® Core™ i5-8520U CPU @ 1.60GHz (8 CPUs) ~1.8GHz
3.	<i>Memory:</i> RAM 8GB
4.	<i>Harddisk:</i> 1 TB 54 SR
5.	<i>Monitor:</i> Display Intel ( R ) UHD Graphics 620 RAM 128MB
6.	<i>Speaker:</i> Realtek ® Audio
7.	Pen Tablet: Wacom

## 2.9 Metode Analisis Data

Analisis kuantitatif adalah analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistic deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Data hasil

analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian dapat berupa table, table distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan *pictogram*. (Sugiono, 2012)

## 2.10 Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiono, 2010) Pada skala likert, responden diminta untuk menjawab persetujuan terhadap objek psikologis (konstruk) dengan 5 pilihan jawaban, yaitu (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat setuju. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai persentase batasan pada setiap pilihan jawaban (item) skala likert.

Skala	Keterangan	Pengertian dan Batasan
1	Sangat Tidak Setuju/ Sangat tidak baik	Apabila responden tidak menyetujui pernyataan 100%
2	Kurang Setuju/ Kurang baik	Apabila responden menyetujui sebagian kecil dari pernyataan atau maksimal 30% dari pernyataan yang sesuai dengan harapan
3	Netral / Cukup baik	Apabila responden menyetujui 50% atau ragu-ragu antara sangat baik/setuju dengan sangat tidak setuju/baik
4	Setuju / baik	Apabila responden menyetujui sebagian besar dari pernyataan atau pada kisaran 70% sampai 90% pernyataan sesuai dengan harapan
5	Sangat Setuju / Sangat baik	Apabila responden menyetujui penuh dari pernyataan, bahkan lebih dari yang diharapkan oleh responden atau lebih dari 91% atau lebih dari 100% harapan responden

**Tabel 2.1 Pengertian dan Batasan Skala Likert**

## 2.11 Referensi Jurnal Penelitian

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan baik sebagai media pembelajaran maupun media informasi. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu dari beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

1. Iklan Layanan Masyarakat Animasi 2D Pencegahan Pencemaran Air Kota Semarang

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Ari Maulana Syarif dan Yoga Haris Al Ahdaf yang merupakan mahasiswa Teknik Informatika D3, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro. Pada jurnal ini, penulis membuat suatu iklan layanan masyarakat berupa animasi 2D yang membahas pencegahan pencemaran air di kota Semarang. Dalam tahap perancangannya, iklan layanan masyarakat ini menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) yang terdiri dari 4 tahap. Tahap-tahap tersebut yaitu Konsep, Desain, Pengumpulan Materi, serta Penyusunan dan Pembuatan.

Setelah semua tahap tersebut dilakukan, peneliti melakukan uji coba terhadap hasil iklan layanan masyarakat yang telah dibuat. Uji coba dilakukan dengan menerapkan hasil dari proyek multimedia tersebut pada masyarakat di lingkungan sekitar. Hal tersebut dimaksudkan agar apa yang telah dibuat sebelumnya memang sudah tepat. Beberapa hal yang diuji diantaranya kelayakan untuk dipublikasikan, kesesuaian hasil dengan *storyboard*, dan kesesuaian audio dengan video. Poin-poin kelayakan ini diuji dengan menggunakan metode analisis kuantitatif menggunakan survei.

2. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Berupa Film Pendek sebagai Sosialisasi Alternatif Solusi Penanganan Anak ADHD

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Kenny Clinton, Saputra, Wibowo, Rika Febriani pada tahun 2013 dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir di Universitas Kristen Petra. Pada jurnal ini, penulis membuat suatu iklan layanan masyarakat berupa film pendek yang berdurasi sekitar 3 menit dan membahas tentang *parenting* untuk anak dengan sindrom ADHD. Iklan layanan masyarakat yang dibuat

ini bekerjasama dengan *endorser* yang sudah bergerak dalam sosialisasi *parenting* yang membantu dalam pendistribusian iklan.

Selain itu, penulis juga menggunakan media sosial dalam mendistribusikan iklan yang dibuatnya sehingga waktu memviralkannya bisa lebih cepat. Meskipun tidak dapat berinteraksi secara langsung, akan tetapi dalam distribusi video ini, dapat dibagikan langsung pada target audiens dengan bantuan *endorser*. Untuk masalah relevan pada waktu tertentu dan *outdated*, media pendukung internet menyediakan kolom komentar, disini penulis dapat menerima masukan serta kritikan tentang video agar kedepannya lebih sempurna. Kolom komentar ini juga diharapkan menjadi salah satu media agar ada interaksi secara langsung dengan target audiens.

### 3. Sosialisasi Bahaya Rokok Guna Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Besarnya Dampak Buruk Rokok Bagi Kesehatan

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Awaluddin Nurmiyanto mahasiswa Jurusan Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia, dan Destya Rahmani yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Pada jurnal ini, peneliti melaksanakan program sosialisasi melalui *screening* film dan media poster. Karena yang menjadi target sasaran adalah masyarakat pada umumnya dan remaja. Metode tersebut digunakan dikarenakan media film yang dinilai cukup efektif untuk dilakukan di masyarakat pedesaan. Selain menarik minat masyarakat dengan menonton film pesan yang ingin disampaikan dapat lebih cepat diterima oleh masyarakat terutama remaja.

*Screening* film dilakukan dimalam hari dipelataran rumah warga yang memiliki halaman cukup luas. Dihadiri oleh seluruh masyarakat yang antusias mengikuti kegiatan ini. Melalui film tersebut masyarakat diberikan edukasi terkait bahaya merokok dan dampak yang dapat terjadi. Dan pada pelaksanaan program sosialisasi bahaya rokok media *screening* film yang dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2013 mendapatkan banyak partisipasi warga dusun Wates. Dimana program tersebut adalah penayangan 2 buah film dokumenter yang bertemakan tentang bahaya-bahaya rokok dan setelah itu ada review dan diskusi dengan para warga dengan menyisipkan sedikit presentasi tentang bahaya yang ditimbulkan oleh rokok. Jadi para warga dusun Wates menjadi semakin mengerti tentang bahaya rokok dan bisa mengurangi pengkonsumsian rokok dan juga lebih peduli lagi terhadap lingkungan sekitar.

#### 4. Iklan Layanan Masyarakat Pencegahan Penyakit Karies pada Anak berbasis Animasi

Jurnal ini merupakan jurnal yang dibuat oleh Andrian Maulana, Mohamad Tohir, dan Dony Trihanondo, Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom. Pada jurnal ini, penulis membuat Iklan Layanan Masyarakat berbasis animasi 2D mengenai penyakit Karies pada Anak.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi sebagai aspek imaji pada SDN Banjarsari kota Bandung, lembaga terkait My Dental Clinic, dan 2 proyek sejenis yang pernah dilakukan, metode wawancara dilakukan pada seorang dokter gigi anak dan seorang animator yang sekaligus seorang dosen di salah satu universitas di Indonesia, lalu metode kuesioner sebagai aspek pemirsa pada 100 anak berusia 7-12 tahun dan 100 orang tua yang memiliki anak berusia 7-12 tahun, dan yang terakhir dilakukan studi pustaka untuk mengetahui landasan teori, informasi, dan pengetahuan yang diperlukan dan akan digunakan. Sedangkan untuk analisis akan dilakukan pada semua hasil data yang didapat dan menggunakan analisis matriks perbandingan untuk data proyek sejenis yang pernah dilakukan.

Objek penelitian adalah masyarakat yang diutamakan (primer) usia anak-anak (7-12 tahun) dan secara sekunder pada orang tua. Memiliki jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Dan secara psikografis merupakan anak-anak dengan gaya hidup menengah hingga menengah atas. Memiliki karakteristik mampu berpikir logis secara sederhana mengenai objek dan kejadian seperti memahami proses sebab akibat pada suatu kejadian yang mereka alami atau rasakan.

Hasil dari penelitian menunjukkan sebanyak 97% anak-anak suka menyaksikan tayangan animasi (kartun), 78% orang tua menyatakan bahwa anak-anak mereka pernah merasakan sakit/ngilu pada giginya dan 70% menyatakan rasa sakit/ngilu itu karena gigi berlubang (karies), 58% orang tua menyatakan bahwa anak-anak mereka takut untuk pergi ke dokter gigi, dan hanya 45% orang tua yang rutin membawa anak-anaknya ke dokter gigi untuk mengecek kesehatan gigi dan mulutnya (min 6 bulan sekali).

