

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan atau *advertising* dapat didefinisikan setiap bentuk komunikasi non personal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui.<sup>1</sup> Iklan adalah promosi barang, jasa, dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi secara keseluruhan. Komponen lainnya dari promosi termasuk publisitas, relasi publik, penjualan dan promosi penjualan. Kata iklan berasal dari bahasa Yunani yang dapat diartikan sebagai upaya untuk memberikan informasi pada orang lain.<sup>2</sup>

Iklan layanan masyarakat yaitu iklan yang bersifat *non profit*. Disebut iklan *non profit* dalam hal ini jangan diartikan sebagai tidak mencari keuntungan apapun, sebab iklan ini juga tetap berupaya mencari keuntungan, namun keuntungan yang dituju bersifat keuntungan sosial, bukan keuntungan komersial secara langsung. Keuntungan yang diharapkan dari iklan layanan masyarakat

---

[1] Motrissan, M.A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal 17-18

[2] *Ibid.* hal 7

adalah berusaha mendapatkan atau membentuk citra baik di tengah masyarakat.<sup>3</sup>

WALHI Yogyakarta merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat yang memiliki program, yaitu untuk mendorong masyarakat sebagai subjek dalam pengelolaan sumberdaya alam secara adil dan berkelanjutan sebagai sumber-sumber kehidupan. Namun WALHI Yogyakarta masih memiliki kendala dalam media penyampaian yang menarik untuk program-programnya tersebut kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGIMPLEMENTASIAN TEKNIK STOP MOTION DALAM PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PENTINGNYA SOSIALISASI “SAVE ENERGY, SAVE EARTH” MENGGUNAKAN LEGO PADA WALHI YOGYAKARTA”**. Iklan ini diharapkan nantinya dapat menjadi solusi yang tepat bagi permasalahan yang dihadapi oleh WALHI Yogyakarta.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: “Bagaimana cara membuat iklan layanan masyarakat sebagai media sosialisasi pentingnya *“Save Energy, Save Earth”*”

---

[3] Widyatma, R. 2005. *Pengantar Periklanan*, Penerbit Buana Pustaka Indonesia. Jakarta. hal 65-66

menggunakan Lego dengan Teknik *Stop Motion* pada WALHI Yogyakarta?"

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas, maka pada penulisan skripsi ini memberikan batasan yang jelas sehingga materi yang disampaikan tepat sasaran. Berikut batasan masalah tersebut, yaitu:

1. Penelitian ini mengambil objek di WALHI Yogyakarta, Jln. Nyi Pembayun 14 A Karang Samalo Kotagede Yogyakarta.
2. Aplikasi yang digunakan : Adobe Photoshop CS3, Adobe Soundbooth CS3, Adobe After Effects CS3 dan Adobe Premiere CS3.
3. Iklan ini menggunakan Lego sebagai media utama.
4. Iklan ini menggunakan Teknik *Stop Motion* sebagai teknik pengambilan gambar.
5. Iklan ini berdurasi 60 detik.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah menghasilkan iklan layanan masyarakat pentingnya sosialisasi "Save Energy, Save Earth" dengan Teknik *Stop Motion* menggunakan media Lego pada WALHI Yogyakarta.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan ini dapat menjadi media penyampaian program-program WALHI Yogyakarta kepada masyarakat tentang penghematan berbagai sumber energi
2. WALHI Yogyakarta dapat menyampaikan informasi tentang program-programnya dalam penghematan berbagai sumber energi kepada masyarakat.
3. Masyarakat mendapatkan informasi tentang program-program penghematan berbagai sumber energi dari WALHI Yogyakarta.

#### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Melakukan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode guna mendapatkan data yang diperlukan. Adapun metode-metode tersebut antara lain:

1. Metode Wawancara (*Interview*)

Dalam metode ini penulis mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi yaitu kepada Manajer Divisi Kesekretariatan WALHI Yogyakarta.

2. Metode Uji Kuesioner

Metode ini penulis membuat beberapa pernyataan tertulis yang ditujukan kepada 50responden. Jawaban atas semua pernyataan dalam kuesioner kemudian dicatat, lalu data tersebut diolah menggunakan rumus persentase.

### 3. MetodePustaka

Pengumpulan data yang mempelajari literatur-literatur yang terkait, baik dari buku-buku, internet atau narasumber tulisan lainnya.

#### 1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan laporan lebih mudah dimengerti dan tersusun dengan baik, sehingga akan mempermudah dalam pemahaman dan pembahasannya. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

##### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar dari pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini. Adapun hal-hal yang dibahas berisikan latarbelakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

##### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang konsep dasar teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan sistem.

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang analisis iklan yang dibuat, identifikasi masalah serta kelayakan iklan yang akan dibangun, dan tinjauan umum pada WALHI Yogyakarta.

### BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan perancangan iklan secara rinci mengenai perancangan iklannya dan implementasinya.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil analisis dan perancangan iklan.

### DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan dalam pembuatan iklan.

### LAMPIRAN