

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Audio-visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar yang bisa dilihat, misalnya rekaman video, slide, suara, dan sebagainya (Purwono, yutmini, & Anitah, 2014). Video dapat digunakan sebagai media informasi baik edukasi, periklanan dan hiburan. Pada zaman sekarang banyak sekali bentuk dari video yang mulai di produksi salah satunya adalah video dalam bentuk *motion graphic*.

Motion graphic merupakan sebuah seni desain grafis yang di olah dengan menggerakkan atau menganimasikan suatu objek untuk menciptakan ilusi yang dibuat kedalam bentuk video, sehingga dapat terlihat menarik dan mudah dipahami oleh penonton (Nurrohmatuddin, 2020). Menurut Michael Betancourt (Satria P. G., 2017), *motton graphic* adalah media yang menggunakan footage dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi dari motion atau gerakan dan biasanya di kombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam *project* multimedia. Video dalam bentuk *motion graphic* banyak digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya. salah satunya adalah digunakan untuk bidang periklanan seperti iklan Gojek, Spotify dan iklan lainnya.

Iklan adalah satu jenis komunikasi yang tujuannya adalah untuk memengaruhi dan memberikan informasi kepada orang lain (Adawia, 2018, p. 3). Iklan sendiri biasanya diproduksi dengan tujuan untuk memberikan informasi seperti produk atau jasa, edukasi dan sebagainya. Menurut Madjakarya (Vadly, 2018, p. 14), iklan memiliki beberapa jenis yaitu iklan komersial, non komersial dan corporate. Iklan komersial diproduksi untuk mencari keuntungan seperti memasarkan produk dan jasa dari suatu perusahaan, sedangkan iklan non komersial di produksi untuk memberikan informasi atau edukasi kepada masyarakat mengenai masalah yang sedang terjadi di masyarakat, salah satu permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat adalah permasalahan mengenai vaksinasi *COVID-19*.

Setelah vaksinasi *COVID-19* mulai dilakukan di Indonesia, banyak sekali hoax yang menyebar di Indonesia. Dikutip dari *COVID-19.go.id* (*COVID-19*, 2022) ada beberapa hoax mengenai vaksinasi *COVID-19* salah satunya adalah vaksin *COVID-*

19 dapat menyebabkan kanker kambung. Dengan banyaknya hoax tersebut membuat orang ragu atau berhenti melakukan vaksinasi *COVID-19*, menurut Kemenkes meski vaksinasi *COVID-19* sudah berjalan lebih dari satu tahun ternyata masih ada sekitar 25 juta masyarakat Indonesia yang belum melakukan vaksinasi *COVID-19* baik itu dosis pertama atau berhenti melanjutkan ke dosis selanjutnya setelah mendapatkan dosis pertama (Ulya, 2022).

Dengan adanya hal tersebut, membuat peneliti berinisiatif untuk membuat karya yang dapat memberikan informasi mengenai *COVID-19* yaitu dengan memproduksi sebuah iklan layanan masyarakat mengenai pemahaman vaksinasi *COVID-19*. Iklan layanan masyarakat tersebut diproduksi dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan vaksinasi *COVID-19* dengan harapan masyarakat mau melakukan vaksinasi *COVID-19* dan tidak berhenti di salah satu dosis tersebut.

Iklan layanan masyarakat tersebut diproduksi dengan menggunakan bentuk *motion graphic* dikarenakan, bentuk *motion graphic* lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh penontonnya, sehingga cocok digunakan dalam menyampaikan informasi khususnya dalam pembahasan vaksinasi *COVID-19*.

1.2. Fokus Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus dalam tugas akhir ini adalah cara agar masyarakat dapat memahami mengenai vaksinasi *COVID-19* melalui iklan *motion graphic* yang di produksi sehingga masyarakat mau melakukan kegiatan vaksinasi. Berdasarkan fokus tugas akhir ini, dapat dikatakan bahwa rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah

“Bagaimana cara agar masyarakat dapat memahami mengenai vaksinasi *COVID-19* melalui iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic*?”

1.3. Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah mengajak masyarakat agar mau melakukan vaksinasi *COVID-19* dengan cara memberikan informasi mengenai vaksinasi *COVID-19* melalui iklan layanan masyarakat yang diolah kedalam bentuk *motion graphic*

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai referensi dalam membuat karya perancangan iklan layanan masyarakat bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu

mengenai produksi iklan layanan masyarakat khususnya dalam bentuk *motion graphic*

Selain itu, diharapkan juga dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam pembuatan media iklan layanan masyarakat, dan menerapkan pelajaran perkuliahan yang selama ini diperoleh mahasiswa ke masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara produksi sebuah iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic*, dan representasi iklan layanan masyarakat khususnya kedalam bentuk *motion graphic*

Selain itu, Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kontribusi dalam rangka gerakan vaksinasi *COVID-19* dengan memberikan pemahaman mengenai vaksinasi *COVID-19* kepada masyarakat melalui pembuatan iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic*

