

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk strategi promosi yang sering dimanfaatkan untuk kegiatan bersosial. Seperti halnya iklan komersial, iklan layanan masyarakat juga harus efektif, yang bertujuan agar mampu mempengaruhi audiens untuk merubah perilakunya sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dari iklan [1]. Sehingga dibutuhkan strategi yang kreatif dalam penyusunan pesan persuasive di dalam iklan dan juga pemilihan media peletakan iklan yang tepat agar lebih efektif dalam mendorong target penonton untuk merubah perilakunya. Iklan layanan masyarakat memiliki prinsip dan teknik yang sama seperti halnya iklan komersial pada umumnya. Pertama, Iklan layanan masyarakat juga memerlukan riset di awal untuk mengetahui segmentasi, target pasar, dan potitioning. Setelah itu dilanjutkan dengan menentukan tujuan yang ingin di capai. Baru setelah itu iklan bisa di buat dengan menggunakan prinsip 4P (*Product, Place, Price, Promotion*) untuk mencapai tujuannya [1]. Pada umumnya dalam pendistribusian, media yang kerap dipakai oleh iklan layanan masyarakat adalah vidiotron, baliho, umbul-umbul, sepanduk, banner [2]. Disamping itu perkembangan teknologi multimedia dewasa ini telah membawa banyak kemajuan dari segi pemilihan media hingga cara penyampaian. Untuk membuat suatu iklan yang interaktif, penyampaian informasi tidak selalu berupa tulisan saja, namun sudah mencapai format audio visual, contohnya adalah video iklan layanan masyarakat.

Pemilihan media edukasi menjadi sangat penting guna sebagai sarana edukasi. Rumah Sakit Umum Daerah dr. Soedomo Trenggalek adalah jenis rumah sakit tipe C yang berada di wilayah Trenggalek Jawa Timur. RSUD Dr Soedomo Trenggalek ini memiliki pelayanan bidang kesehatan yang dibantu oleh beberapa dokter umum dan dokter spesialis di RSUD Trenggalek yang ditunjang oleh beberapa fasilitas medis yang terbilang lengkap. Namun dalam penggunaan iklan layanan masyarakat di area lingkup RSUD Dr Soedomo masih terbilang kurang maksimal, terutama di area poli mata RSUD. Yang terlihat penggunaan iklan

layanan masyarakat hanya berupa poster dinding yang pastinya kurang interaktif dan juga membuat tingkat edukasi iklan layanan masyarakat kurang efektif.

Melihat kasus mata katarak yang masih menjadi masalah serius di kalangan masyarakat. Bahkan mata katarak menjadi salah satu penyebab terbesar terjadinya kebutaan di Indonesia. Irjen Pencegahan dan Pengendalian Penyakit dr. Achmad Yurianto menyebut bahwa katarak merupakan penyebab tertinggi kebutaan sekitar 81% [3]. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya menanamkan kesadaran tentang bahaya mata katarak kepada masyarakat. Maka dari itu dalam penggunaan iklan layanan masyarakat diperlukan cara yang tepat agar mampu menarik minat dan memberikan dampak perubahan kepada target iklan. Pemilihan media iklan juga berpengaruh terhadap keefektifan suatu iklan. Walaupun semua media memiliki tingkat keefektifan masing-masing dalam menyampaikan pesan. Namun media elektroniklah hingga saat ini yang memiliki tingkat interaktif tinggi terhadap target penontonnya. Oleh karena itu untuk meningkatkan edukasi di lingkup RSUD Dr Soedomo dibutuhkan iklan layanan masyarakat dengan format visual audio menggunakan media elektronik. Karena sebenarnya di lingkup rumah sakit terutama di area tunggu poli mata sudah terdapat beberapa monitor yang terpasang. Selama ini monitor yang terpasang di RSUD hanya digunakan untuk menampilkan daftar antrian pasien saja. Padahal penggunaannya selain untuk menampilkan daftar antrian bisa juga diselingi dengan video iklan layanan masyarakat. Salah satu yang ingin penulis angkat adalah video animasi iklan layanan masyarakat dengan menggunakan teknik *motion graphic*. Teknik *motion graphic* biasanya dalam penyajian informasinya menggunakan bentuk video animasi dengan komponen utama berupa teks [4]. Selain menarik, teknik ini juga membuat apa yang ingin disampaikan lebih flexible dan efektif untuk dipahami oleh para target iklan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "PEMBUATAN ANIMASI 2D IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA MATA KATARAK MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC DI RSUD Dr. SOEDOMO TRENGGALEK."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah “Bagaimana membuat animasi 2D iklan layanan masyarakat tentang Bahaya Mata Katarak menggunakan teknik animasi motion graphic.”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan masa studi S1.
2. Menghasilkan iklan yang dapat mengedukasi masyarakat khususnya mengenai tentang bahaya mata katarak
3. Membuat iklan yang mudah dimengerti dan menarik bagi masyarakat.
4. Implementasi teknik animasi motion graphic pada pembuatan iklan masyarakat tentang bahaya mata katarak.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan menambah wawasan serta meningkatkan kemampuan editing dengan berbagai teknik yang telah diajarkan khususnya teknik motion graphic.
2. Menjadi media baru bagi sarana edukasi tentang bahaya mata katarak di RSUD Dr Soedomo Trenggalek.

1.5 Batasan Masalah

Batasan permasalahan dalam pembuatan Tugas Akhir ini adalah:

1. Iklan layanan masyarakat ini dibuat dalam bentuk animasi 2D dengan menggunakan teknik motion graphic.
2. Perancangan iklan layanan masyarakat hanya ditujukan untuk RSUD Dr Soedomo Trenggalek.
3. Penelitian hanya menitik beratkan pada implementasi membuat iklan layanan masyarakat dengan menggunakan teknik motion graphic dan juga tingkat keefektifan iklan layanan masyarakat.
4. Penelitian tidak membahas mata katarak secara mendalam dan hanya sebatas pembuatan animasi dalam bentuk iklan layanan masyarakat.

5. Perancangan iklan menggunakan software photoshop, premier pro dan after effect.
6. Iklan layanan masyarakat memiliki durasi 5 – 6 menit.

