

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 yang muncul pada akhir tahun 2019 telah membawa dampak yang signifikan pada seluruh dunia. Penyebaran virus ini memicu krisis kesehatan global dan berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu cara efektif untuk mengatasi penyebaran virus ini adalah dengan edukasi yang tepat kepada masyarakat mengenai langkah-langkah pencegahan, protokol kesehatan, dan pentingnya menjaga jarak sosial. Dalam konteks ini, perancangan dan implementasi iklan layanan masyarakat menggunakan teknik *motion graphic* dengan pendekatan *semiotika pierce* dapat menjadi strategi yang efektif.

Iklan layanan masyarakat pun menjadi salah satu media yang dengan mudah menyampaikan informasi tentang virus covid-19 ini karena pesan yang dimuat dalam iklan layanan masyarakat menjadi lebih singkat dan padat. Dengan durasi video yang singkat akan tetapi memuat banyak informasi juga menjadikannya lebih mudah untuk disebarluaskan dengan berbagai platform media sosial yang ada sekarang. Sehingga lebih banyak orang yang melihat video iklan layanan masyarakat lebih banyak pula informasi tersampaikan [1].

Dengan menggunakan *motion graphic* pada iklan layanan masyarakat yang dapat mendukung informasi terhadap edukasi terkait covid-19. Penggunaan *motion graphic* guna edukasi terkait covid-19 dengan menggunakan metode *semiotika pierce* seharusnya dapat menjadi solusi dalam masalah yang ada dengan media promosi tersebut. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah "Perancangan dan

Implementasi Iklan Layanan Masyarakat Menggunakan Teknik Motion Grafis Guna Edukasi Terkait Covid-19 Dengan Menggunakan Metode Semiotika Peirce”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang sudah diberikan pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah: Bagaimana membuat video iklan sebagai edukasi terkait Covid-19 menggunakan teknik *motion graphics* dengan metode semiotika pierce ?”

1.3 Asumsi dan Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih teliti dan terarah maka perlu adanya pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Hasil implementasi teknik *motion graphic* ini akan berbentuk iklan video berdurasi kurang lebih 3 menit 10 detik.
2. Materi video berisi tentang Edukasi Covid-19.
3. Video akan ditayangkan di Youtube.
4. Pembuatan video iklan ini menggunakan animasi 2 dimensi yaitu teknik *motion graphics*.
5. Dalam pembuatan video ini menggunakan software Adobe After Effect, Adobe Audition, Adobe Premier Pro, dan Adobe Illustrator.
6. Resolusi yang akan dipakai adalah 1080p : 1920x1080.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun Maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengedukasi masyarakat terkait tentang Covid-19, sehingga dapat meningkatkan angka kesembuhan penderita Covid-19 pada lingkungan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai media iklan Edukasi Terkait Covid-19.
2. Memperkenalkan Covid-19 kepada lingkungan masyarakat.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang Covid-19.

1.6 Metode Penelitian

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan beberapa langkah yang diambil yaitu:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan [2].

2. Studi Literatur

Studi literatur yaitu metode peneliti mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan penelitian melalui buku, artikel, jurnal ilmiah, laporan penelitian, internet dan berbagai macam sumber lainnya yang saling berkaitan.

3. Metode Kuisloner

Metode kuisloner merupakan sistem pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan masalah penelitian untuk menguji hipotesis.

4. Metode Analisis

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Semiotika Pierce yang di gunakan untuk mengkaji tanda , berfungsinya tanda, dan produksi makna terhadap penelitian.[3]

5. Metode Perancangan

Berdasarkan metode perancangan yang digunakan peneliti untuk menentukan hasil yang akan dicapai, video iklan tersebut akan dibuat melalui tahapan sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi yaitu tahap dimana peneliti melakukan persiapan pembuatan video, yaitu membuat ide, konsep, membuat naskah serta membuat *storyboard*.

2. Produksi

Dari tahap produksi peneliti yaitu melakukan pembuatan aset dan animasi dengan menerapkan teknik *motion graphics* sesuai dengan naskah dan *storyboard* yang telah dibuat.

3. Pasca Produksi

Untuk tahapan pasca produksi adalah salah satu tahap akhir dari proses pembuatan video. Tahap ini dilakukan setelah tahap produksi video selesai dilakukan. Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti *compositing* dan *rendering*.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan penelitian ini dapat terstruktur dan mudah dipahami berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, maka terdapat sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II ini terdiri dari dua bagian yaitu tinjauan pustaka dan landasan teoritis. Bab ini berisi tentang artikel penelitian, jurnal, buku, atau skripsi lain yang berkaitan dengan permasalahan dan menjadi acuan dalam penulisan penelitian dan perancangan video.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang Analisa terhadap permasalahan yang terjadi serta penyelesaian dan rancangan yang dilakukan yaitu profil singkat Covid-19, penjelasan ide cerita, naskah, dan storyboard mengenai tahapan pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang proses pembuatan video iklan yang dibuat serta dijelaskan juga tahapan produksi dan tahapan pasca produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian. Pada bab penutup ini juga berisi saran dari hasil kesimpulan penelitian kepada pembaca atau calon peneliti yang akan melakukan penelitian dengan teori atau objek yang sama