

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tersedak merupakan suatu keadaan masuknya benda asing (makanan, mainan, dll) ke dalam jalan napas sehingga menimbulkan gawat napas. Jika hal ini tidak ditangani segera maka korban akan meninggal. Di Indonesia banyak kasus meninggal dunia yang disebabkan karena tersedak, mulai dari bayi, anak-anak hingga orang dewasa. Pengenalan dini akan tanda-tanda tersedak merupakan langkah awal untuk suksesnya penanganan tersedak.

Salah satu pengembangan teknologi informasi yang dapat diterapkan dalam penyampaian informasi yang informatif, menarik dan mudah untuk diingat ialah memanfaatkan teknik animasi 2D dengan metode motion graphic, yaitu metode yang memadukan beberapa unsur multimedia seperti teks, ilustrasi, gambar, video, dan audio yang kemudian diolah menggunakan software tertentu untuk membuat video iklan layanan masyarakat. Penggunaan metode motion graphic mampu meningkatkan ketertarikan bagi para penonton karena memberikan informasi dengan cara lebih menarik, ringkas dan kreatif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis berinisiatif untuk mencari solusi permasalahan dengan membuat video iklan layanan masyarakat menggunakan animasi 2D motion Graphic dengan judul "Pembuatan Motion Graphic Iklan Layanan Masyarakat Mengenai Pertolongan Pertama Saat Tersedak Pada Anak"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Cara Menggunakan Teknik Animasi Untuk Menjelaskan Pertolongan Pertama Saat Tersedak Pada Anak Dalam Sebuah Iklan Layanan Masyarakat?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan tugas akhir ini terarah, permasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas, maka perlu dilakukan batasan masalah :

1. Menggunakan teknik animasi 2D motion graphic.
2. Informasi yang ditampilkan antara lain : mengenai kasus tersedak pada anak, penyebab tersedak pada anak, pencegahan serta pertolongan pertama yang dilakukan saat anak tersedak.
3. Tahap penelitian yang dilakukan sampai dengan mengunggah video iklan layanan masyarakat ke media sosial youtube.
4. Video dengan durasi 2 menit 42 detik, resolusi 1980 x 1080 pixel dan format video MP4.
5. Software yang digunakan antara lain: CorelDraw X7, Adobe After Effect CC 2019, Adobe Premiere Pro CC 2019, Voice Memos, Format Factory.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai penerapan dan pengembangan ilmu multimedia yang didapat selama perkuliahan di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Sebagai alternatif baru untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pertolongan pertama saat tersedak pada anak

1.5 Metode Penelitian

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tersebut adalah :

1. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data melalui proses pengamatan terhadap kasus yang akan diteliti.

2. Metode Studi Kasus.

Metode studi pustaka adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) berupa dokumentasi-dokumentasi, rekaman, jurnal, buku dan bukti fisik lainnya yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai peristiwa secara sistematis.

1.5.2. Metode Analisis

Penulis menggunakan analisis kebutuhan sistem yang terdiri dari kebutuhan fungsional dan non – fungsional. Pada kebutuhan fungsional

menjelaskan tentang informasi apa saja yang akan ditampilkan pada video iklan layanan masyarakat. Kebutuhan non – fungsional menjelaskan mengenai kebutuhan perangkat keras serta perangkat lunak yang terlibat dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat.

1.5.3. Metode Produksi

Metode produksi iklan layanan masyarakat yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pra-Produksi

Proses pra-produksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan diproduksi secara nyata. Pemesan iklan dapat menghemat biaya dengan menyusun perencanaan yang baik sebelum memproduksi iklan. Proses pra-produksi meliputi mempelajari naskah, storyboard dan menganalisa teknik produksi yang akan diterapkan dalam produksi pembuatan iklan

2. Produksi

Proses produksi adalah periode selama iklan diproduksi. Tahap ini meliputi kegiatan implementasi konsep yang telah disusun dalam proses pra-produksi.

3. Pasca-Produksi

Proses pasca-produksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktifitas yang terjadi setelah iklan diproduksi secara nyata untuk

keperluan komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi editing, pemberian efek-efek spesial, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, setelah itu produk siap untuk dipublikasikan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan skripsi secara garis besar adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang digunakan dalam merancang analisis, data, serta proses produksi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan tentang analisis permasalahan, solusi yang diterapkan dan gambaran umum proyek

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan bentuk pembahasan serta implementasi video iklan layanan masyarakat.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran guna memperbaiki kelemahan yang terdapat pada video iklan layanan masyarakat tersebut.