

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“CEGAH PENYAKIT JANTUNG DENGAN POLA HIDUP SEHAT”
(STUDI KASUS : DINAS KESEHATAN KABUPATEN SLEMAN,
YOGYAKARTA)**

SKRIPSI



Disusun oleh

Fremi Panggah Rahmanto

13.12.7755

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“CEGAH PENYAKIT JANTUNG DENGAN POLA HIDUP SEHAT”
(STUDI KASUS : DINAS KESEHATAN KABUPATEN SLEMAN,
YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



Disusun oleh

Fremi Panggah Rahmanto

13.12.7755

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

"CEGAH PENYAKIT JANTUNG DENGAN POLA HIDUP SEHAT"

**(STUDI KASUS : DINAS KESEHATAN KABUPATEN SLEMAN,
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fremi Panggah Rahmanto

13.12.7755

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 April 2020

Dosen Pembimbing,

Mei P. Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302187

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"CEGAH PENYAKIT JANTUNG DENGAN POLA HIDUP SEHAT"
(STUDI KASUS : DINAS KESEHATAN KABUPATEN SLEMAN,
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fremi Pangah Rahmanto

13.12.7755

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 April 2020

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Mei P. Kurniawan, M.Kom
NIK. 190302187

Agus Purwanto, M.Kom
NIK. 190302229

Moch Farid Fauzi, M.Kom
NIK. 190302284

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 8 Mei 2020

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T.

NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 16 April 2020

Meterai
Rp. 6.000

Fremi Panggah Rahmanto
NIM. 13.12.775

MOTTO

“He is not strong and powerful who throweth people down, but he is strong who withholdeth himself from anger”

— **Prophet Muhammad (PBUH).**

“Love the Lord, Your God with all your passion and prayer and intelligence. Love others as well as you love yourself”

— **Jesus Christ (PBUH).**

“Mengikuti nurani memang dapat menimbulkan ketenangan batin, tetapi bisikan nurani tidak selalu benar karena apa yang dinamai "hati nurani" adalah produk pengetahuan, pengalaman, kepercayaan dan kondisi sosial serta budaya yang tentu saja dapat berbeda antara seseorang dengan orang lain. Ini membuat produk nurani menjadi relatif dan ketika itu ia tidak dapat dijadikan tolok ukur yang pasti tentang baik-buruk, benar salah”

— **M. Quraish Shihab, Yang Hilang Dari Kita: Akhlak.**

“The weak are dominated by their ego, the wise dominate their ego, and the intelligent are in a constant struggle against their ego”

— **Hamza Yusuf.**

“If you are humble nothing will touch you, neither praise nor disgrace, because you know what you are”

— **Mother Teresa.**

“A rich man is not the one who has the most, but one who desires the least”

— **Samina Ali, Madras On Rainy Days.**

“The grief can be removed in an instant and the joy can be lost in a moment”

— **Fremi Panggah R.**

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat, kasih, dan pertolongan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini tanpa halangan yang berarti, tugas akhir kripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orang tua yang telah merawat, mengasuh dan membimbing saya, selalu memberikan dukungan dan nasehat luhur serta menjadi semangat terbesar saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
- ❖ Kedua saudara dan saudari saya, yang selalu mengasihi, mehibur, dan memberi motivasi serta semangat agar saya lekas menuntaskan tugas akhir skripsi ini.

Terimakasih atas segala hal yang telah diusahakan dan diberikan kepada saya, semoga dengan diselesaikannya tugas akhir skripsi ini saya mampu menjadi orang yang berguna dan lebih baik dikemudian hari.

KATA PENGANTAR

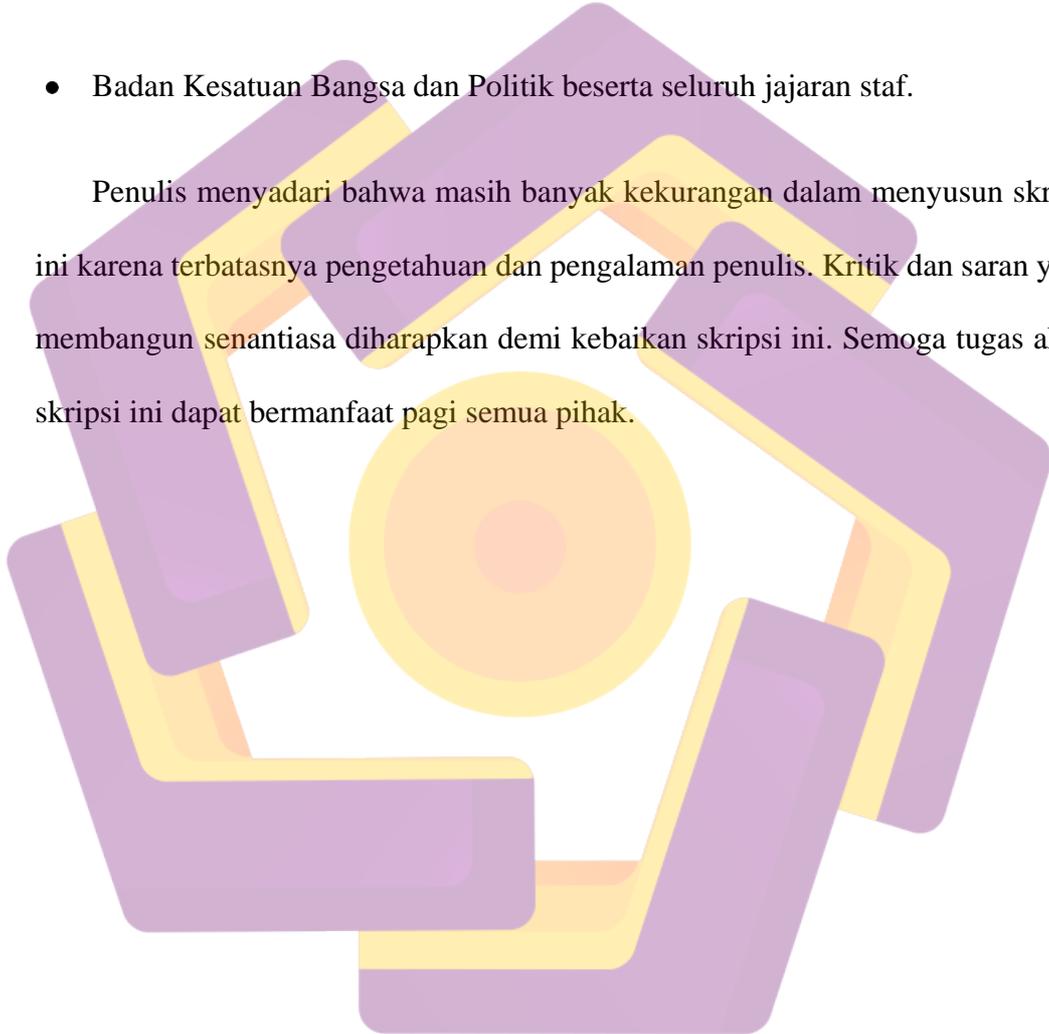
Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena atas izin dan kehendak-Nya sehingga tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Perancangan dan Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat “Cegah Penyakit Jantung dengan Pola Hidup Sehat” (Studi Kasus : Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Yogyakarta)” yang mana merupakan salah satu prasyarat untuk meraih gelar Sarjana ini dapat terlaksana dan telah selesai disusun.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut memiliki andil dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.

- Bapak Prof. Dr. Muhammad Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
- Ibu Krisnawati, S.Si, MT selaku dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Bapak Mei P. Kurniawan, M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan bimbingan serta membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
- Seluruh dosen yang telah turut serta membantu proses belajar penulis dan segenap staf karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta yang turut mewujudkan kelancaran dalam proses perkuliahan selama ini.

- Bapak Dr. Joko Hastaryo, M.kes selaku kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memberikan izin bagi penulis dalam melakukan penelitian.
- Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman beserta seluruh jajaran staf.
- Badan Kesatuan Bangsa dan Politik beserta seluruh jajaran staf.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Kritik dan saran yang membangun senantiasa diharapkan demi kebaikan skripsi ini. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



DAFTAR ISI

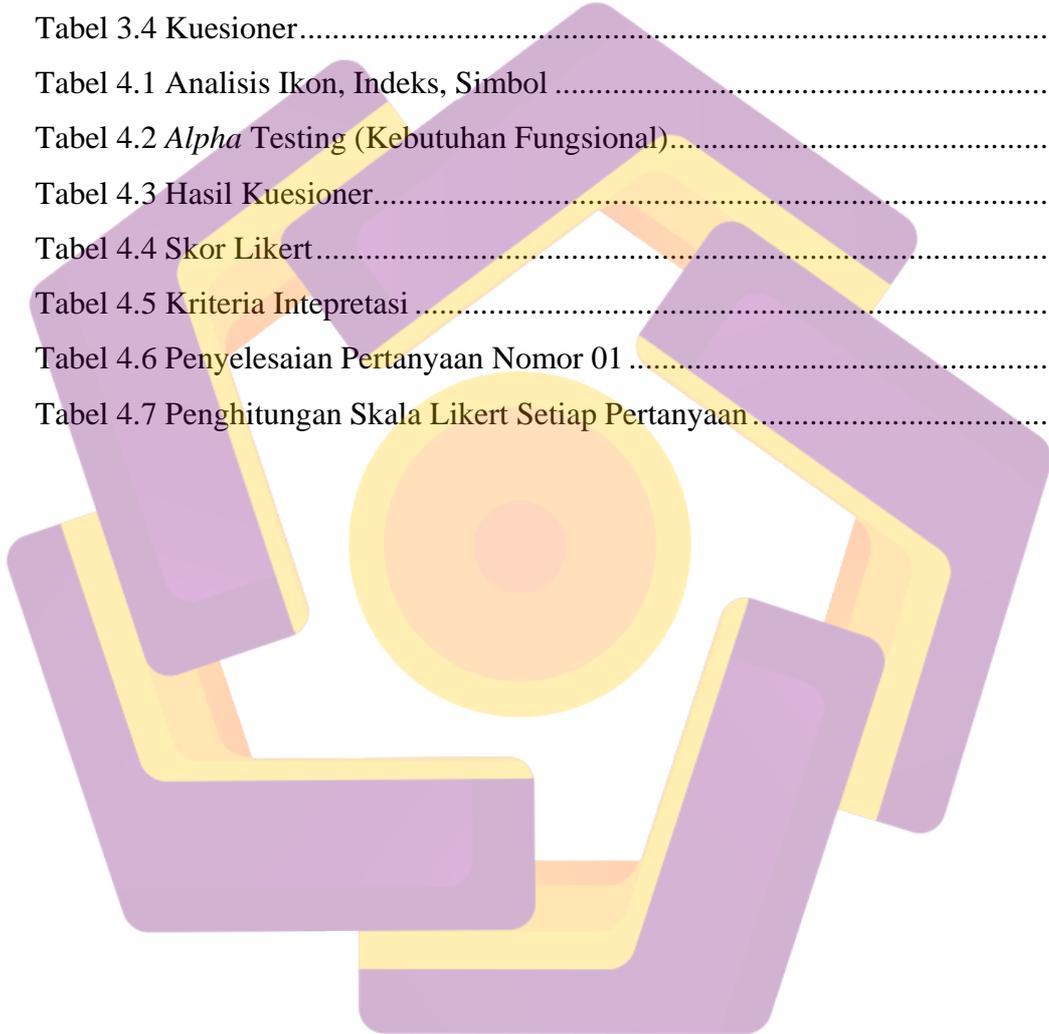
JUDUL	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR ISTILAH.....	xvii
INTISARI.....	xxiii
<i>ABSTRACT</i>	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Metode Penelitian.....	9
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	9
1.6.2 Metode Perancangan.....	11
1.6.3 Metode Analisis.....	12
1.6.4 Metode Evaluasi	12
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.2 Penyakit Jantung	17
2.2.1 Apa itu Penyakit Jantung	17

2.3	Konsep Dasar Multimedia	21
2.3.1	Definisi Multimedia.....	21
2.3.2	Komponen Multimedia.....	23
2.4	Konsep Dasar Desain Komunikasi Visual	30
2.4.1	Definisi Desain	30
2.4.2	Definisi Komunikasi.....	30
2.4.3	Definisi Visual.....	31
2.4.4	Definisi Desain Komunikasi Visual.....	31
2.4.5	Elemen Visual	31
2.4.6	Definisi Grafis	34
2.4.7	Definisi Desain Grafis	34
2.5	Konsep Dasar <i>Motion Graphics</i>	35
2.5.1	<i>Motion</i>	35
2.5.2	Definisi <i>Motion Graphics</i>	35
2.6	Konsep Dasar Iklan	36
2.6.1	Sejarah Iklan.....	36
2.6.2	Definisi Iklan.....	37
2.7	Konsep Dasar Media Sosial.....	41
2.7.1	YouTube.....	41
2.8	Konsep Dasar Perencanaan/ Pra Produksi	42
2.9	Konsep Dasar Produksi	43
2.10	Konsep Dasar Pasca Produksi.....	45
2.11	Pengenalan Perangkat Lunak.....	47
2.11.1	Adobe Illustrator.....	47
2.11.2	Adobe After Effects.....	49
2.11.3	Adobe Audition	50
2.12	Metode Analisis.....	50
2.12.1	Semiotika.....	50
2.12.2	Semiotika Peirce	53
2.12.3	Analisis Kebutuhan	56
2.13	Metode Evaluasi.....	57

2.13.1	Skala Likert	57
BAB III	ANALISIS DAN PERANCANGAN	58
3.1	Tinjauan Umum.....	58
3.2	Pengumpulan Data	60
3.3	Analisis.....	63
3.3.1	Analisis Masalah	63
3.3.2	Analisis Semiotika.....	64
3.3.3	Solusi yang Tersedia.....	66
3.3.4	Solusi yang Dipilih.....	67
3.3.5	Kesimpulan Awal	67
3.3.6	Kebutuhan	68
3.4	Perancangan	73
3.4.1	Tahap Pra Produksi.....	73
3.4.2	Tahap Produksi.....	107
3.4.3	Tahap Pasca Produksi.....	117
3.5	Unit Analisis.....	123
3.5.1	Video Iklan layanan masyarakat.....	124
3.5.2	Kuesioner/ Responden Video Iklan layanan masyarakat.....	125
4.	Hasil dan Pembahasan.....	132
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	132
4.1	Pengujian.....	132
4.2	Hasil Pengujian	134
4.3	Pembahasan/ Evaluasi	134
4.3.1	Semiotika Peirce.....	134
4.3.2	<i>Alpha</i> Testing	155
4.3.3	<i>Beta</i> Testing.....	157
BAB V	PENUTUP	172
5.1	Kesimpulan	172
5.2	Saran	173
	DAFTAR PUSTAKA	176
	LAMPIRAN	179

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Storyline</i>	74
Tabel 3.2 <i>Storyboard</i>	78
Tabel 3.3 Desain/ Objek/ Visual Iklan Layanan Masyarakat	124
Tabel 3.4 Kuesioner.....	125
Tabel 4.1 Analisis Ikon, Indeks, Simbol	134
Tabel 4.2 <i>Alpha</i> Testing (Kebutuhan Fungsional).....	155
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner.....	157
Tabel 4.4 Skor Likert.....	168
Tabel 4.5 Kriteria Intepretasi	169
Tabel 4.6 Penyelesaian Pertanyaan Nomor 01	169
Tabel 4.7 Penghitungan Skala Likert Setiap Pertanyaan	170

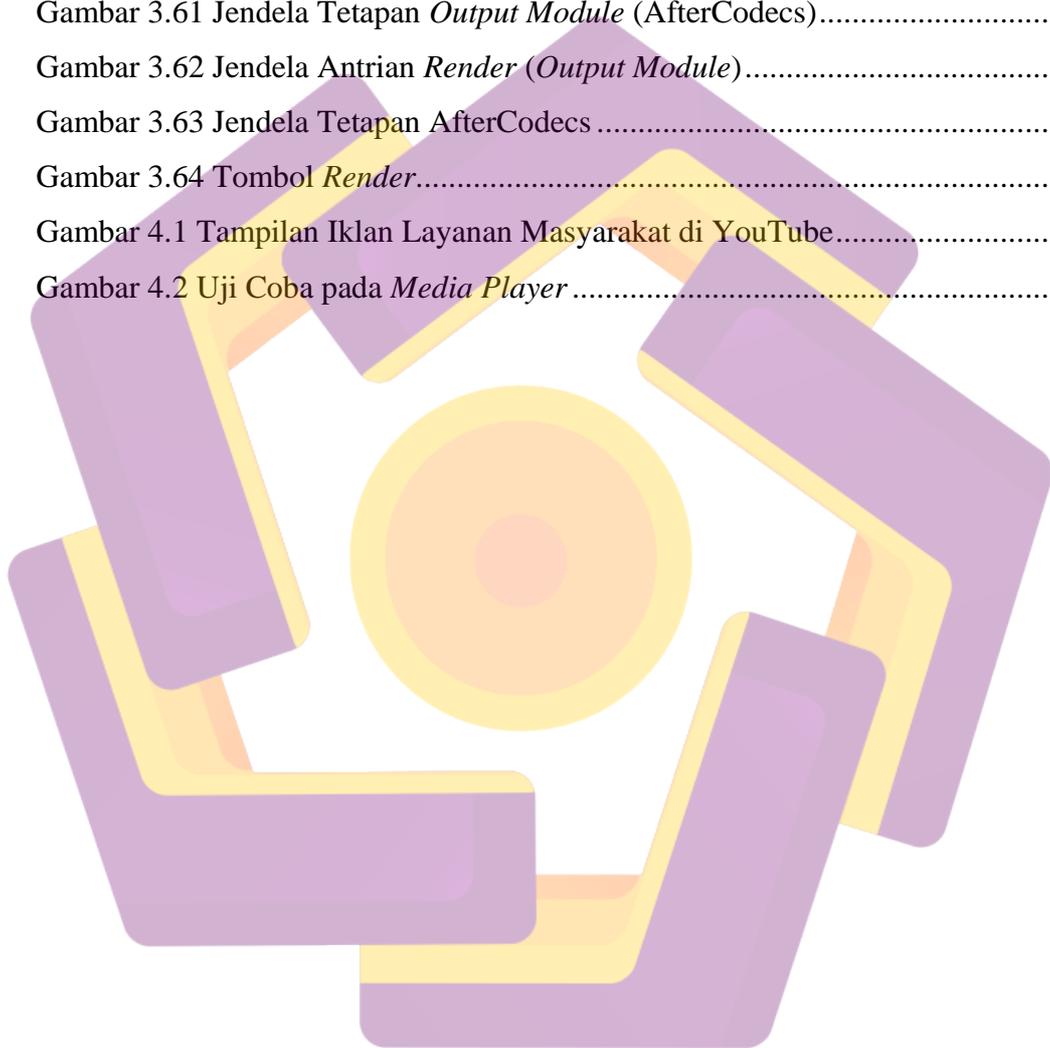


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Multimedia.....	23
Gambar 2.2 Semiosis	53
Gambar 2.3 Rambu "Awat Ada Rusa"	54
Gambar 2.4 Jejak Telapak Kaki	55
Gambar 2.5 Simbol Pria dan Wanita.....	55
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dinkes Sleman	60
Gambar 3.2 Membuat File Illustrator Baru	86
Gambar 3.3 Jendela "New Document"	87
Gambar 3.4 Panel-panel Artboard	89
Gambar 3.5 Zoom Tool	89
Gambar 3.6 Layer dan Sublayer	90
Gambar 3.7 Linked File dari Storyboard.....	90
Gambar 3.8 Ikon Kunci/ Lock.....	90
Gambar 3.9 Objek Badan.....	91
Gambar 3.10 Rectangle Tool	91
Gambar 3.11 Direct Selection Tool.....	91
Gambar 3.12 Stroke dan Fill.....	92
Gambar 3.13 Jendela Color Picker	92
Gambar 3.14 Objek Badan dan Lengan Atas	93
Gambar 3.15 Objek Inisiasi Lengan Bawah.....	93
Gambar 3.16 Bilah Jendela Stroke	94
Gambar 3.17 Objek Inisiasi Lengan Bawah 02.....	94
Gambar 3.18 Objek Lengan.....	95
Gambar 3.19 Alur Melakukan reflect	95
Gambar 3.20 Objek Inisiasi Area Rongga.....	97
Gambar 3.21 Simbol Swap Fill and Stroke	97
Gambar 3.22 Objek Inisiasi Area Rongga.....	98
Gambar 3.23 Objek Area Rongga.....	98
Gambar 3.24 Penerapan Transparansi pada Objek Area Rongga	99

Gambar 3.25 Objek Jantung	100
Gambar 3.26 Ikon <i>Layer Visibility</i>	100
Gambar 3.27 Pembuatan Objek Organ-organ	101
Gambar 3.28 Mengatur Posisi Objek	102
Gambar 3.29 Posisi Penutup di Atas <i>Sublayer</i> Organ-organ	103
Gambar 3.30 Tubuh Sebelum Diberi <i>Background</i>	103
Gambar 3.31 Tubuh Setelah Diberi <i>Background</i>	103
Gambar 3.32 Ketampakan Keseluruhan dari Badan	103
Gambar 3.33 Fail Musik Latar	104
Gambar 3.34 Jendela Kerja Adobe Audition	105
Gambar 3.35 Fail-fail <i>Sound Effects</i>	106
Gambar 3.36 Fail <i>Voice Over</i>	107
Gambar 3.37 Membuat Projek Baru pada After Effects	108
Gambar 3.38 Jendela <i>Composition Settings</i>	108
Gambar 3.39 Manajemen Komposisi pada Folder pada <i>Project</i>	109
Gambar 3.40 Manajemen Folder pada <i>Project</i>	109
Gambar 3.41 Overlord pada Adobe Illustrator	110
Gambar 3.42 Overlord pada Adobe After Effects	110
Gambar 3.43 Proses <i>Eksport</i> menggunakan Overlord	111
Gambar 3.44 <i>Marker</i> pada komposisi Layar Utama	112
Gambar 3.45 <i>Marker</i> pada komposisi <i>Scene 1</i>	112
Gambar 3.46 <i>Rigging</i> Karakter	113
Gambar 3.47 Sebelum <i>Anchor Point</i> Diubah	114
Gambar 3.48 Sesudah <i>Anchor Point</i> Diubah	114
Gambar 3.49 Ikon <i>Link</i> pada Jenis Parameter <i>Scale</i>	114
Gambar 3.50 <i>Stopwatch</i> untuk Mengaktifkan <i>Keyframe</i>	115
Gambar 3.52 <i>Linear Keyframe</i>	115
Gambar 3.53 <i>Graph Editor</i>	116
Gambar 3.51 <i>Bezier Keyframe</i>	116
Gambar 3.54 Jendela <i>Graph Editor</i>	116
Gambar 3.55 Jendela <i>Keyframe Velocity</i>	117

Gambar 3.56 Visual Efek Asap pada Rokok.....	118
Gambar 3.57 Pemberian Backsound	118
Gambar 3.58 Pemberian <i>Sound Effect</i>	119
Gambar 3.60 Memasukkan Komposisi kedalam Antrian <i>Render</i>	120
Gambar 3.59 Jendela <i>Render Queue</i>	120
Gambar 3.61 Jendela Tetapan <i>Output Module</i> (AfterCodecs).....	121
Gambar 3.62 Jendela Antrian <i>Render (Output Module)</i>	121
Gambar 3.63 Jendela Tetapan AfterCodecs	122
Gambar 3.64 Tombol <i>Render</i>	123
Gambar 4.1 Tampilan Iklan Layanan Masyarakat di YouTube.....	132
Gambar 4.2 Uji Coba pada <i>Media Player</i>	133



DAFTAR ISTILAH

ILM (Iklan Layanan Masyarakat)

ILM (Iklan Layanan Masyarakat) merupakan salah satu jenis iklan yang bersifat nonkomersial yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum.

Ad/ Ads

Ad/ Ads merupakan bentuk pendek dari “*Advertisement*” atau dalam Bahasa Indonesia disebut; Iklan.

Arteriosklerosis/ Arteriosclerosis

Arteriosklerosis/ Arteriosclerosis merupakan suatu kondisi dimana aliran darah terhambat oleh dinding arteri yang mengalami peradangan dan menyebabkan penyempitan jalur aliran darah yang diakibatkan oleh penimbunan plak pada lapisan dinding arteri.

Storyboard

Storyboard merupakan anel-panel bergambar yang dibuat untuk memvisualisasikan ide/ gagasan dari suatu cerita atau naskah.

Artboard

Artboard merupakan panel-panel pada perangkat lunak penyunting dan atau pembuat gambar yang berfungsi sebagai media untuk menuangkan ide/ gagasan dalam bentuk gambaran estetik, memiliki peranan yang sama seperti kertas gambar atau kanvas.

Storyline

Storyline merupakan plot dari suatu cerita yang tersusun secara kronologis/berurutan.

Motion Design

Motion design merupakan disiplin ilmu yang menerapkan prinsip-prinsip desain grafis untuk pembuatan film dan produksi video melalui penggunaan animasi dan efek visual. Contohnya termasuk film, video, teks beranimasi, dan animasi serta aplikasi berbasis web.

Presets

Presets adalah konfigurasi pengaturan yang telah ditetapkan dan hanya tinggal pakai yang dirancang untuk mencapai tampilan atau gaya tertentu dari foto atau video. Dengan hanya satu klik pada preset, foto/ video dapat diubah untuk memiliki tampilan seperti yang telah ditetapkan sebelumnya.

Template

Template merupakan fail yang yang digunakan sebagai awal dari dokumen baru, template pada umumnya merupakan fail yang telah memiliki tetapan tertentu sehingga pengguna tidak perlu mengatur format tetapan dari fail tersebut.

Multitrack

Multitrack berkaitan dengan atau dibuat dengan mencampur/ menyatukan beberapa trek suara yang direkam secara terpisah.

Mixdowns

Mixdowns merupakan proses pencampuran perekaman multi-trek ke jumlah track yang lebih rendah. Secara tradisional ini selalu menjadi dua trek, tetapi saat ini dengan munculnya DVD dan teknologi *multi-channel* lainnya, biasanya campuran dicampur menjadi tujuh trek (atau bahkan lebih dalam beberapa keadaan).

Mono

Mono merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan bahwa suatu perangkat memutar audio yang persis sama pada telinga kanan dan kiri, (tidak ada efek stereo).

Stereo

Stereo merupakan reproduksi suara menggunakan dua atau lebih saluran audio independen dengan cara yang menciptakan kesan suara yang terdengar dari berbagai arah, seperti pada pendengaran alami.

Surround

Surround merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis output audio di mana suara yang muncul menimbulkan sensasi "mengelilingi pendengar" seluas 360 derajat.

WAV

WAV (Waveform Audio File Format) adalah standar format fail audio, yang dikembangkan oleh Microsoft dan IBM, untuk menyimpan aliran data bit-bit audio pada PC

MP3

MP3 (MPEG-1 Audio Layer-3) adalah teknologi dan format standar untuk mengompresi urutan suara menjadi fail yang sangat kecil (sekitar satu per dua belas ukuran fail asli) sambil mempertahankan tingkat kualitas suara asli ketika diputar.

FLAC

FLAC adalah singkatan dari Free Lossless Audio Codec, format audio yang mirip dengan MP3, tetapi *lossless*, artinya audio dikompresi dalam FLAC tanpa kehilangan kualitas dan memiliki ukuran fail yang besar.

Signage

Signage (rambu) adalah desain atau penggunaan tanda dan simbol untuk mengkomunikasikan pesan kepada kelompok tertentu, biasanya untuk tujuan pemasaran atau semacam advokasi. Sebuah papan nama juga berarti tanda-tanda secara kolektif atau dianggap sebagai suatu kelompok.

Media Player

Media Player (pemutar media) merupakan jenis perangkat lunak aplikasi untuk memutar fail komputer multimedia seperti fail audio dan video. Pemutar media biasanya menampilkan ikon kontrol media standar yang dikenal dari perangkat fisik seperti *tape recorder* dan pemutar CD, seperti tombol putar, jeda, maju cepat, maju mundur, dan berhenti.

Tracing

Tracing merupakan kegiatan melakukan penjiplakan pada sebuah gambar yang ingin ditiru ketampakannya biasanya istilah ini digunakan pada perangkat lunak seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, CorelDraw dsb.

Anchor Point

Titik Jangkar adalah titik yang ditentukan sebagai pusat dari setiap perubahan parameter (umumnya; rotasi dan skala) yang dapat dilakukan pada piranti lunak penyunting gambar (bitmap dan vektor) dan video.

RGB

Model warna RGB adalah model warna aditif dimana cahaya merah, hijau, dan biru ditambahkan bersama dalam berbagai cara untuk mereproduksi beragam warna. Nama model berasal dari inisial dari tiga warna primer tambahan, merah, hijau, dan biru.

CMYK

Model warna CMYK adalah model warna subtraktif, berdasarkan model warna CMY, yang digunakan dalam pencetakan warna, dan juga digunakan untuk menggambarkan proses pencetakan itu sendiri. CMYK mengacu pada empat pelat tinta yang digunakan dalam beberapa pencetakan warna: cyan, magenta, kuning, dan kunci (hitam).

Performer Blocking

Performer Blocking adalah istilah teatrical untuk proses kolaboratif yang terjadi antara sutradara dan aktor yang melibatkan rencana terorganisir untuk gerakan fisik selama pertunjukan. Gerakan-gerakan ini membantu untuk menceritakan kisah itu, menyampaikan informasi berharga bahkan dalam keheningan. Secara singkat, *performer blocking* juga data berarti penentuan posisi-posisi dari para pemain atau actor dalam sebuah *scene*.

Camera Blocking

Camera Blocking merupakan penempatan atau pemosisian kamera sedemikian rupa untuk mendapatkan bidikan gambar yang diinginkan.

Technical Director (TD)

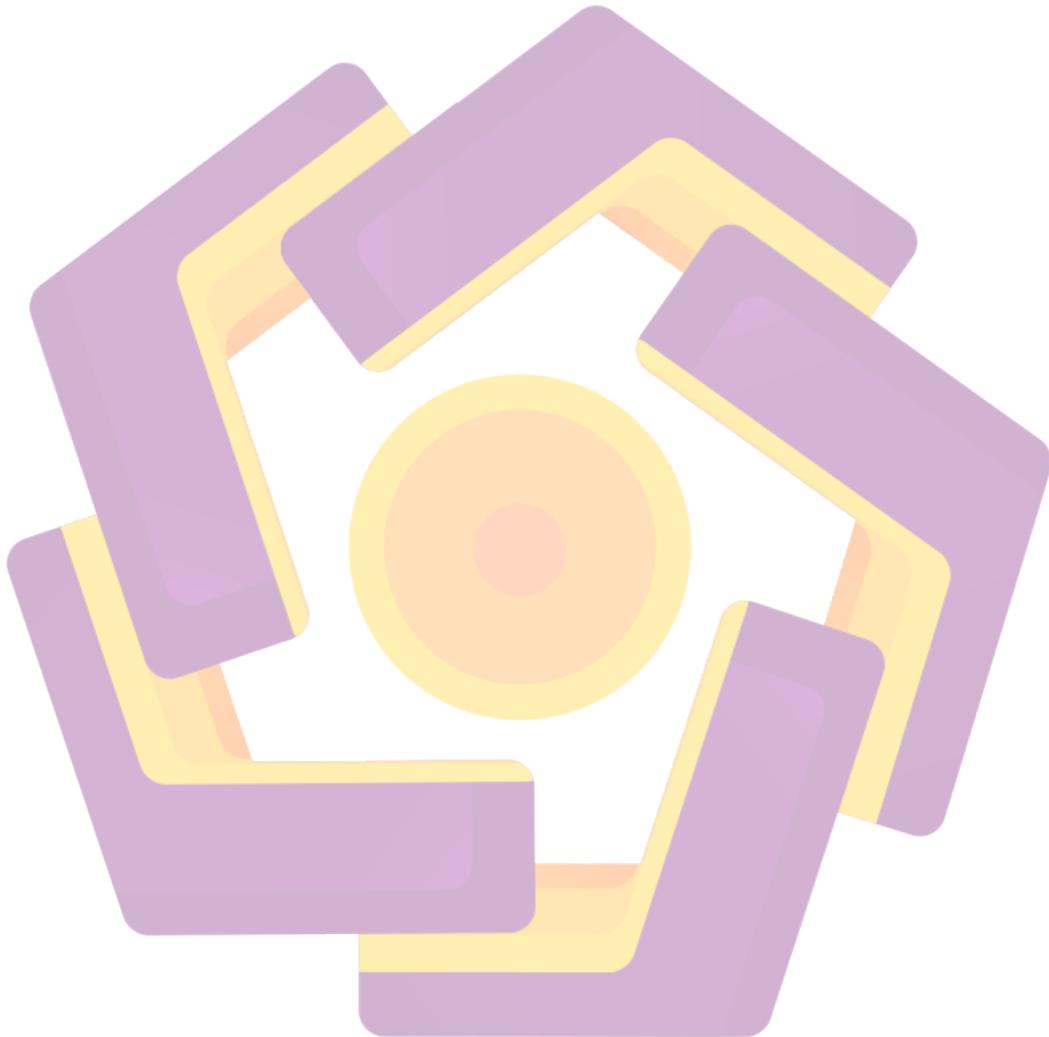
Technical Director (direktur teknis) biasanya adalah orang teknis senior dalam mis. sebuah perusahaan perangkat lunak, perusahaan teknik, studio film, perusahaan teater atau studio televisi. Orang ini biasanya memiliki tingkat keterampilan tertinggi dalam bidang teknis tertentu.

Switcher

Switcher adalah perangkat keras yang digunakan untuk membuat peralihan atau memilih di antara berbagai sumber audio atau video yang ingin ditampilkan. *Switcher* sebagian besar digunakan di lingkungan produksi film dan video seperti truk produksi dan studio televisi.

CCD (charge-coupled device)

Perangkat *charge-coupled* adalah perangkat untuk pergerakan muatan listrik, biasanya dari dalam perangkat ke area di mana muatan dapat dimanipulasi, seperti konversi menjadi nilai digital. Ini dicapai dengan "menggesser" sinyal antara tahapan dalam perangkat satu per satu.



INTISARI

Media digital pada masa ini begitu memengaruhi bagaimana suatu informasi dapat didistribusikan atau disebarluaskan, khususnya dalam bidang periklanan, salah satu bentuk kemajuan teknologi yang memengaruhi hal tersebut adalah penggunaan multimedia utamanya multimedia melalui perangkat komputer sebagai media pengolah informasi baik berupa, teks, gambar, suara maupun gabungan ketiganya dalam suatu alur waktu yang dapat disebut sebagai video yang termasuk didalamnya adalah animasi.

Iklan berupa video merupakan sarana penyebaran informasi dan promosi yang saat ini sangat marak kita lihat, hal itupun berlaku pada iklan layanan masyarakat, iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian atau kesadaran masyarakat terhadap suatu persoalan.

Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan lembaga pemerintahan yang dikhususkan untuk menangani masalah dalam bidang kesehatan khususnya di kabupaten Sleman, Yogyakarta. Untuk meningkatkan kinerja Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman khususnya dalam bidang promosi kesehatan serta peningkatan kesehatan masyarakat Sleman, maka penggunaan iklan layanan masyarakat merupakan keputusan yang dapat diperhitungkan.

Pembuatan iklan layanan masyarakat berjudul “Cegah Penyakit Jantung dengan Pola Hidup Sehat” merupakan sarana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan jantung meminimalisir faktor-

faktor penyebab agar terhindar dari berbagai masalah jantung yang dapat mengancam kesehatan bahkan nyawa.

Iklan layanan masyarakat ini disajikan dalam bentuk video dan menggunakan teknik *motion graphics* sebagai syarat penyampaian pesan visual disertai dengan audio yang sejalan dengan tampilan visualnya, penggunaan *motion graphics* diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat untuk menyaksikan serta lebih jauh mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kesehatan jantung.

Kata Kunci:

Iklan Layanan Masyarakat, Iklan, Promosi, Promosi Kesehatan, Kesehatan, Motion Grafis, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Audition, Animasi, Animasi 2D, Desain Komunikasi Visual, DKV, Dinas Kesehatan Sleman, Dinkes Sleman, Dinas Kesehatan, Sleman, ILM

ABSTRACT

Digital media at this time greatly influences how information can be distributed or disseminated, especially in the field of advertising, one form of technological progress that affects that field is the use of multimedia, especially multimedia through computer devices as a media for processing information in the form of texts, images, sounds and the combination of the three in a timeline that can be referred to as a video which includes animation.

Advertising in the form of video is a way of disseminating information and promotions that are currently, we see, very widespread, it also applies to public service advertisement, public service advertisement is a type of advertisement that present social messages that aim to raise concern and public awareness of certain issue.

The Health Office of Sleman Regency of Special Region of Yogyakarta is a government institution that is specialized in dealing with problems in the health sector, especially in the Sleman Regency, Yogyakarta. To improve the performance of The Health Office of Sleman Regency especially in the field of health promotions and to improve the health of the Sleman community, the use of public service advertisement is a decision that can be recommended.

The making of public service advertisement titled “Prevent Heart Disease with a Healthy Lifestyle” has the aim to increase public awareness of the importance of maintaining health of the heart to minimize the causative factors to avoid various heart problems that can threaten health and even lives.

This public service advertisement is presented in the form of video and uses motion graphics as techniques to deliver visual messages along with audio that is correspond with the visual appearances, the use of motion graphics is expected to be able to attract people's attention to watch and further be able to improve people's awareness in maintaining cardiovascular health.

Keyword:

Public Service Advertisement, Advertisement, Ad, Promotion, Health Promotion, Motion Graphics, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Audition, Animation, 2D Animation, Visual Communication, Visual Communication Design, Sleman Health Office, Sleman Health Office, Health Office, Sleman.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jantung adalah salah satu organ vital manusia yang terletak di dalam rongga dada. Organ ini memiliki fungsi yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Jantung berperan dalam sistem sirkulasi dan berfungsi sebagai alat pemompa darah. Kontraksi dan relaksasi yang teratur dari otot-otot jantung memungkinkan darah yang mengandung banyak oksigen dari paru-paru dipompakan ke seluruh tubuh dan darah yang berasal dari seluruh tubuh dipompakan ke dalam paru-paru pada saat yang bersamaan. Mekanisme ini berlangsung terus-menerus dan memungkinkan jaringan tubuh kita mendapatkan asupan oksigen dan nutrisi yang dibawa oleh darah untuk proses metabolisme tubuh. Fungsi jantung yang sangat penting dan berkaitan erat dengan organ-organ lain dalam tubuh, apabila dalam kinerjanya jantung mendapatkan masalah tentu juga akan mengganggu fungsi organ atau bagian tubuh yang lain.

Di era modern seperti saat ini banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang masih kurang memerhatikan perihal kesehatan jantung mereka yang ditandai dengan beberapa kebiasaan atau gaya hidup yang tidak sehat, beberapa kebiasaan tersebut diantaranya adalah mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) yang mengandung kadar lemak jenuh dan garam yang tinggi, kebiasaan merokok, minum minuman beralkohol, bekerja berlebihan, kurang berolahraga, dan stres, telah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini terutama di perkotaan. Padahal kesemua perilaku tersebut dapat mejadi faktor-faktor penyebab penyakit jantung dan stroke.

Penyakit kardiovaskular merupakan 37% dari kematian di Indonesia. Beban penyakit untuk tahun 2012 adalah sekitar 18.000 tahun kehidupan yang disesuaikan dengan disabilitas (DALYS), di mana 17.500 adalah tahun yang hilang karena kematian dini (YLL) dan sisanya karena tahun hidup sehat yang hilang karena disabilitas (YLD). [1, p. 13]

Setiap tahunnya lebih dari 36 juta orang meninggal karena Penyakit Tidak Menular (PTM) (63% dari seluruh kematian). Lebih dari 9 juta kematian yang disebabkan oleh penyakit tidak menular terjadi sebelum usia 60 tahun, dan 90% dari kematian “dini” tersebut terjadi di negara berpenghasilan rendah dan menengah. Secara global PTM penyebab kematian nomor satu setiap tahunnya adalah penyakit kardiovaskuler. Penyakit kardiovaskuler adalah penyakit yang disebabkan gangguan fungsi jantung dan pembuluh darah, seperti: Penyakit Jantung Koroner, Penyakit Gagal jantung atau Payah Jantung, Hipertensi dan Stroke. [2, p. 2]

Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman adalah unsur pelaksana pemerintah daerah kabupaten Sleman yang berlokasi di Jl. Rorojonggrang No. 6, Beran, Tridadi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah, tugas pokok Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman adalah melaksanakan urusan pemerintahan daerah Sleman dan tugas pembantuan dalam bidang kesehatan di kabupaten Sleman.

Multimedia memiliki potensi untuk meningkatkan pemberian informasi kesehatan bagi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman kepada masyarakat dan

diharapkan lebih efektif dibandingkan dengan siaran radio dan iklan media cetak (brosur, leaflet, poster, baliho, dsb.). Dengan menggunakan multimedia maka informasi yang disajikan tidak hanya berupa media visualitatif seperti pada media cetak ataupun auditif seperti siaran radio, melainkan menggabungkan kedua sifat tersebut agar penyampaian informasi yang disampaikan diharapkan menjadi lebih jelas, menarik dan atraktif, hal tersebut mengilhami penulis membuat sebuah iklan layanan masyarakat berupa video iklan layanan masyarakat untuk Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.

Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga riset dan penerbitan computer, yaitu *Computer Technology Research (CTR)*, menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan 30% dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar dan 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus. Maka multimedia sangatlah efektif. Multimedia menjadi *tool* yang ampuh untuk pengajaran dan pendidikan serta untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan. [3, p. 23]

Gaya eksekusi pesan dalam multimedia yang sangat populer sekarang ini adalah animasi. Dengan teknik ini, skenario yang akan dianimasikan digambar oleh seniman atau diciptakan di komputer dalam bentuk kartun. [4, p. 198]

Animasi adalah salah satu cara untuk membuat iklan lebih menarik dan efektif. Animasi tidak lagi terbatas pada anak-anak saja, tetapi telah menjadi populer di kalangan orang dewasa juga. [5, p. 155]

Gambar animasi masih menjadi alam semesta yang belum dijelajahi. Ini memberikan ekspresi bebas ke imajinasi. Ini membawa penonton ke dalam dunia imajinasi yang diimpikan oleh seniman. Periklanan adalah salah satu bidang favorit gambar animasi. Pengiklan dan konsumen sangat tertarik dengan gambar animasi. [6, p. 3]

Animasi digunakan untuk menyampaikan pesan yang sulit atau untuk menjangkau pasar khusus. Misalnya, animasi pada iklan TV dari Clear menggambarkan “Zinc System” menghilangkan ketombe dari kulit kepala. Dengan animasi tersebut, pesan iklan mudah dipahami dan mudah diingat. [4, p. 198]

Karena kemampuannya untuk menunjukkan hampir semua hal (orang terbang, hewan berbicara, benda mati menari-nari di sekitar), itu daya tarik yang menarik, biaya relatif rendah dan kolam bakat yang mendalam, animasi segera menjadi cara yang disukai untuk beriklan di televisi. [5, p. 155]

Animasi memiliki peran penting dalam komersial TV begitu juga pada *banner web* dan poster. Mereka memiliki dampak positif pada ingatan, pengenalan, memori, perhatian dsb. Walau sebuah animasi yang bagus menghadapi beberapa tantangan juga seperti penguasaan dan keahlian, keefektifan dan pentingnya animasi tidak dapat diremehkan, [5, p. 157]

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah: “Bagaimana cara membuat sebuah iklan layanan masyarakat untuk Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman mengenai pola hidup sehat agar terhindar dari penyakit jantung?”

1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Pembuatan iklan ini di tujukan untuk menambah media penyuluhan yang sudah ada juga sebagai sarana meningkatkan tugas dan fungsi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman dalam bidang promosi kesehatan
- Sebagai media penyuluhan mengenai cara mencegah penyakit jantung dengan pola hidup sehat pada Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.
- Format standar iklan yang digunakan pada iklan layanan masyarakat ini adalah HDTV (High Definition Television 1080) dengan ekstensi .mp4.
- Iklan berdurasi 1 menit 21 detik.
- Informasi yang ingin disampaikan oleh penulis secara garis besar adalah mengenai pengetahuan singkat tentang jantung, apa penyebab sakit jantung, dan bagaimana cara mencegah terjadinya sakit jantung.
- Pembuatan iklan merupakan *full* animasi 2D dengan teknik *motion graphics* yang di dalamnya terdapat elemen-elemen *multimedia*; gambar, audio, animasi dan teks.
- Musik dan *sound effects* yang dipakai diunduh penulis dari situs *freesound.org* penyedia bunyi-bunyian/ instrumental gratis.

- Subjek yang di analisa adalah icon, index dan simbol yang terdapat pada video *motion graphics* iklan layanan masyarakat.
- Analisa menggunakan metode semiotika Peirce.
- Evaluasi menggunakan skala Likert
- Sistem operasi komputer yang digunakan dalam pengerjaan iklan adalah Windows 10.
- Iklan ditayangkan di YouTube.
- Penggunaan iklan layanan masyarakat ini lebih lanjut berada dibawah wewenang Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.
- *Software* yang digunakan adalah Adobe After Effects CC 2017, Adobe Illustrator CC 2017, Adobe Audition CC 2017
- Target dari tugas akhir ini adalah mahasiswa dan masyarakat umum.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah membuat sebuah iklan layanan masyarakat mengenai pentingnya membiasakan pola hidup sehat di dalam masyarakat agar terhindar dari penyakit jantung.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Terciptanya video layanan masyarakat.

- Mengimplementasikan teknik motion grafis pada pembuatan iklan layanan masyarakat tentang pencegahan penyakit jantung dengan pola hidup sehat.
- Menganalisis makna dan tanggapan audience yaitu para mahasiswa dan masyarakat umum terhadap pesan yang ingin disampaikan dari tanda-tanda yang terdapat dalam motion grafis iklan layanan masyarakat.
- Iklan ini dibuat utamanya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dalam mencegah terjadinya penyakit jantung.
- Memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai bahaya penyakit jantung dan cara mencegahnya.
- Membantu Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman dalam bidang pelayanan kesehatan dan promosi kesehatan.
- Mendemonstrasikan bagaimana cara memulai pola hidup sehat agar terhindar dari penyakit jantung.
- Mengimplementasikan ilmu yang didapat penulis selama belajar di Universitas Amikom, Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah manfaat atau hal positif yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, manfaat penelitian dapat dirasakan oleh dua

pihak yang terlibat dalam penelitian yakni objek penelitian dan penulis, adapun manfaat bagi masing-masing pihak adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi penulis

- Belajar menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama mengikuti proses belajar di Universitas Amikom Yogyakarta.
- Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis terkhusus mengenai pembuatan iklan layanan masyarakat.
- Mengasah kemampuan penulis dalam bidang multimedia khususnya *video compositing*, *motion design* dan *motion graphics*.
- Hasil penelitian juga diharapkan bisa membantu peneliti-peneliti berikutnya untuk dapat mengembangkan penelitian terkait implementasi *motion graphics* dan iklan layanan masyarakat yang informatif dan edukatif.

2. Manfaat bagi objek penelitian

- Membantu Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman khususnya di bidang pelayanan masyarakat dan promosi kesehatan.
- Membantu memfasilitasi dinas kesehatan Sleman dalam proses komunikasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mengenal kinerja dinas kesehatan Sleman.

- Memantapkan pengelolaan prasarana dan sarana kesehatan khususnya sistem informasi kesehatan.
- Meningkatkan pemberdayaan dan peran serta masyarakat di bidang kesehatan.
- Memperkaya jenis media iklan yang telah dimiliki Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.

3. Manfaat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dibidang penelitian komunikasi khususnya ilmu dibidang analisis semiotika yang merupakan ilmu untuk mempelajari dan mengartikan makna pada tanda yang berupa *index*, *icon*, ataupun *symbol* yang memiliki makna.

1.6 Metode Penelitian

Dalam penyusunan tugas akhir ini diperlukan metode-metode yang faktual, aktual dan relevan dengan masalah yang dihadapi adapun metode-metode tersebut adalah sebagai berikut.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang dilakukan penulis untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan dari penelitian. Adapun metode yang penelitian ini adalah :

1. Observasi

Metode Observasi adalah metode pengumpulan data dimana penulis mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti serta pencatatan secara cermat dan sistematis, data yang penulis dapat berupa :

- Profil Umum Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman
- Visi dan misi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman
- Program-program Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman
- Kontak Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman
- Alamat dan lokasi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara penulis dan narasumber. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung kepada kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman Yogyakarta serta beberapa staf bagian.

3. Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku yang berkaitan dengan tema judul skripsi yang telah ditentukan penulis. Pengumpulan data dengan metode studi pustaka akan menambah materi yang akan penulis tuangkan dalam penulisan skripsi.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi/ data yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan

karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

1.6.2 Metode Perancangan

Metode perancangan adalah metode yang digunakan penulis dalam mempersiapkan, merancang dan membuat sistem (video iklan). Pada bagian ini penulis menggunakan tiga macam tahapan yakni ; Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

1. Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap dimana video iklan belum dapat dibuat, tetapi masih dalam tahap mempersiapkan apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan tersebut, meliputi: penulisan skenario, menyusun jadwal kegiatan, penentuan karakter beserta material atau objek yang dibutuhkan, penyusunan *storyboard* dan alurnya, perancang karakter, naskah dan lain sebagainya, selain itu dapat juga berupa penyusunan dan penentuan SDM, anggaran biaya, lokasi, peralatan, dan lain sebagainya serta mempersiapkan tahapan selanjutnya yakni produksi dan pasca produksi.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap dimana penulis mulai menyatukan materi-materi yang dibutuhkan yang telah dijabarkan dalam tahap praproduksi serta melakukan proses pembuatan video iklan yang meliputi, *rigging*, *compositing*, *animating*, *timing* dan lain sebagainya.

3. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah tahap dimana video iklan telah selesai dibuat pada tahap produksi dan penulis sedang melakukan proses pemberian efek tertentu, pemberian *sound effects* serta suara musik latar, serta mengevaluasi dan mengoreksi kekurangan-kekurangan yang mungkin masih ada.

1.6.3 Metode Analisis

Metode analisis adalah cara bagaimana penulis melakukan aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya. Analisis dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan sebuah sistem lalu dari pengetahuan antara keduanya kemudian dicari solusi yang paling memungkinkan agar sistem (video iklan) yang akan dibuat diharapkan dapat lebih baik dibandingkan dengan sistem sebelumnya dan atau membuat inovasi baru yang berbeda/ tidak berkaitan dengan pembaruan sistem lama, metode analisis juga digunakan sebagai acuan untuk membuat karya yang baik dan bermakna serta indah.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis semiotika. Metode ini diharapkan mampu memperoleh media iklan yang baik ditinjau dari pemberian informasi yang didukung dengan representasi visual.

1.6.4 Metode Evaluasi

Evaluasi diartikan sebagai proses identifikasi untuk mengukur/ menilai apakah sebuah kegiatan atau program dilaksanakan sesuai perencanaan dan berhasil

mencapai tujuan atau tidak. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil akhir dengan yang seharusnya dicapai.

Dalam skripsi ini penulis mencoba menggunakan fungsi evaluasi berupa pengukuran keberhasilan dari sistem/ iklan layanan masyarakat yang dibuat dengan menyajikan kuesioner kepada responden umum dan mahasiswa menggunakan Google Form dimana kemudian dari data kuesioner yang didapat penulis selanjutnya menggunakan skala Likert untuk mengetahui/ mengevaluasi tingkat keberhasilan sistem/ iklan layanan masyarakat yang dibuat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu penjabaran tentang hal-hal yang akan ditulis, yang secara garis besar terdiri dari “Bagian Awal”, “Bagian Isi” dan “Bagian akhir”. Dalam penulisan tugas akhir ini terdapat 5 BAB yang menjadi unsur pembuatannya, yaitu :

1. BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

2. BAB II : Dasar Teori

Bab ini membahas mengenai kajian kepustakaan, menguraikan teori-teori dan konsep yang mendukung judul dan mendasari pembahasan.

3. BAB III : Analisis dan Perancangan

Bab ini menjelaskan berbagai hal yang berkaitan dengan perancangan sistem dalam hal ini video iklan layanan masyarakat yang akan dibuat serta kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk membuat video iklan layanan masyarakat yang didalamnya terdapat proses-proses kreatif.

4. BAB IV : Implementasi dan pembahasan

Dalam bab ini penulis melakukan proses uji coba pemutaran video untuk memastikan video yang telah dibuat memenuhi kriteria dan dapat diputar baik dalam sistem penulis (PC) maupun sistem penyiar dalam hal ini media sosial atau internet serta dilakukan pula proses evaluasi.

5. BAB V : Penutup

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh isi laporan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penulisan naskah skripsi ini penulis melakukan kajian pustaka terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, hal ini dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan analisa mengenai penelitian-penelitian tersebut yang nantinya digunakan penulis dalam membuat penelitian ini, beberapa pustaka yang penulis kaji diantaranya adalah sebagai berikut:

Rachmady Eka Pratama (2015) STMIK AMIKOM Yogyakarta dengan judul skripsi “Pembuatan TVC (*TELEVISION COMMERCIAL*) untuk PT. INDMIRA Yogyakarta”. Penulis menggunakan teknik *motion graphics* dalam promosi iklan televisi yang isi iklan tersebut adalah bertujuan untuk memperkenalkan PT. INDMIRA kepada masyarakat dan untuk menarik *audience* agar membuka website PT. INDMIRA, kekurangan dari penelitian ini adalah pemilihan warna pada objek yang digunakan terlalu pucat, pergerakan animasi yang terlalu datar, serta objek-objek yang di suguhkan terkesan terlalu sederhana baik dalam desainnya maupun saat disatukan dalam sebuah *scene*, serta penggambaran pada *scene* peta Indonesia (*scene* 2) yang terlalu penuh dengan objek-objek, kelebihan dari penelitian ini adalah penulis tersebut mampu menyampaikan keseluruhan informasi mengenai objek penelitian dengan menggunakan teknik *full motion graphic* secara keseluruhan dengan baik serta dipadukan dengan suara narasi. [7]

Wisnu Mahardandi (2014) STMIK AMIKOM Yogyakarta dengan judul skripsi “Perancangan Pembuatan Iklan TV Sebagai Sarana Media Promosi Pada Taman Kanak-kanak Tumas Asih Yogyakarta”. Tujuan dari penulis membuat iklan televisi ini sebagai media promosi pada Taman Kanak-kanak Tumas Asih Yogyakarta, selain itu sebagai sistem baru untuk memberikan solusi dalam permasalahan kegiatan promosi yang kurang efektif selama ini, kekurangan dari penelitian ini adalah penggunaan gambar *bitmap* pada objek yang dianimasikan memungkinkan terjadinya pecah gambar saat menggunakan fitur *scale* pada Adobe AfterEffect, kelebihan dari penelitian ini adalah penggunaan teknik *animating* yang baik dan mendetail dalam menganimasikan sebuah objek sehingga pergerakan yang terjadi pada objek terlihat *real* seperti pergerakan sesungguhnya. [8]

Ayu Citra Yelly (2016), STMIK AMIKOM dengan judul skripsi “Pembuatan Iklan Televisi Gembira Loka Zoo dengan Menggabungkan Teknik *Motion Graphics* dan *Live Shoot*”. Pada penelitian ini penulis memanfaatkan teknik *live shoot* dan *motion graphics* untuk pembuatan iklan, iklan ini dibuat dengan konsep menjelaskan atau menginformasikan sarana penunjang yang ada di Gembira Loka Zoo. kekurangan dari penelitian ini adalah gambar *live shoot* yang terlalu mentah serta objek 3D yang kurang menyatu dengan video *live shoot*, kelebihan dari penelitian ini adalah adanya perpaduan antara *motion graphics*, *live shoot*, dan animasi 3D yang menjadikan penelitian ini kaya akan ragam teknik multimedia. [9]

M. Imam Faris Prawoto (2016), STMIK AMIKOM dengan judul skripsi “Pembuatan Video Infografis “Ayo Hidup Sehat” Pada RSUD Sukadana Lampung

Timur”. Pada penelitian ini penulis memanfaatkan teknik *full 2D motion graphics* untuk pembuatan infografis, infografis ini dibuat dengan konsep menjelaskan atau menginformasikan apa itu PHBS serta memaparkan penjelasan tentang masing-masing kriteria PHBS yang ada di RSUD Sukadana Lampung Timur. kekurangan dari penelitian ini adalah banyak item-item atau objek grafis yang kurang mendukung dan tidak dibutuhkan, kesatuan komposisi dari objek-objek yang digunakan tidak padu, kelebihan dari penelitian ini adalah penyampaian informasi yang mudah dipahami dan mendetil meski pada beberapa narasi *narrator* terlalu cepat membacakan narasi. [10]

2.2 Penyakit Jantung

Setiap tahun, sekitar 12 juta orang di seluruh dunia meninggal karena serangan jantung juga stroke. Penyakit-penyakit ini terjadi pada orang miskin maupun orang kaya. Kebanyakan orang berpikir bahwa penyakit jantung dan stroke adalah penyakit pria paruh baya. Yang benar adalah bahwa pria dan wanita dapat bisa menderita serangan jantung dan stroke. Wanita jauh lebih berisiko setelah menopause. Berita baiknya adalah Anda dapat mengambil langkah-langkah untuk membantu mencegah serangan jantung dan stroke. [11, p. 7]

2.2.1 Apa itu Penyakit Jantung

2.2.1.1 Jantung yang Normal

Jantung manusia memiliki ukuran sebesar kepalan tangan, tetapi merupakan otot terkuat di tubuh. Dengan setiap detak jantung, jantung memompa darah,

membawa oksigen dan nutrisi, ke seluruh bagian tubuh. Jantung berdetak sekitar 70 kali semenit pada seseorang saat istirahat. Denyut jantung meningkat ketika kita aktif atau ketika kita merasakan emosi yang kuat.

2.2.1.2 Penyakit Jantung/ Penyakit Kardioaskular

Jantung itu sendiri mendapat oksigen dan nutrisi melalui pembuluh darah yang disebut arteri koroner. Ketika aliran darah ke jantung terputus, penurunan pasokan oksigen dan nutrisi dapat menyebabkan kerusakan permanen pada organ vital ini. Ketika penyumbatan tiba-tiba, itu disebut serangan jantung. Jika penyumbatan hanya sebagian dan aliran darah ke jantung berkurang, itu dapat menyebabkan nyeri dada yang disebut angina. Ini mungkin tidak menyebabkan kerusakan yang berkelanjutan pada otot jantung, tetapi itu adalah tanda peringatan bahwa seseorang terkena serangan jantung setelahnya.

Serangan jantung juga dapat disebut infark miokard atau trombosis koroner. Istilah lain yang mungkin Anda temui meliputi: Penyakit jantung koroner, penyakit jantung iskemik, penyakit arteri koroner, atau Angina pectoris.

2.2.1.3 Faktor Penyebab Penyakit Jantung

- a. Kelebihan berat badan dapat menyebabkan diabetes, tekanan darah tinggi, dan kadar lemak darah tinggi. Semua masalah fisik ini meningkatkan risiko serangan jantung dan stroke. Orang yang kegemukan berisiko sangat tinggi jika mereka memiliki banyak lemak di sekitar pinggang dan perut. [11, p. 12]
- Perhatikan berat badan Anda. Jika Anda menambah berat badan, itu mungkin berarti air menumpuk di tubuh Anda karena fungsi jantung yang lemah. Beri

tahu dokter Anda tentang peningkatan berat badan Anda secara tiba-tiba. [11, p. 22]

b. Ketika orang tidak tetap aktif, risiko serangan jantung dan stroke mereka meningkat pesat. Aktivitas fisik menurunkan risiko serangan jantung dan stroke dengan:

- Membantu tubuh Anda membakar gula dan lemak dan membantu menjaga berat badan yang baik;
- Menurunkan tekanan darah Anda;
- Meningkatkan kadar oksigen dalam tubuh Anda;
- Mengurangi stres;
- Memperkuat otot dan tulang jantung Anda;
- Meningkatkan sirkulasi darah dan otot.

Tetap aktif juga mengurangi risiko penyakit lain, seperti kanker. Orang yang aktif biasanya merasa lebih baik dan lebih bahagia. Mereka cenderung tidur lebih baik dan memiliki lebih banyak energi, kepercayaan diri, dan konsentrasi. Anda tidak harus berada dalam pelatihan untuk Olimpiade untuk mendapatkan manfaat ini! Berjalan, berkebun, atau melakukan pekerjaan rumah tangga selama setidaknya 30 menit di sebagian besar hari dapat membantu Anda mencegah serangan jantung dan stroke. [11, pp. 31-32]

Aktivitas fisik adalah segala bentuk latihan atau gerakan. Itu tidak hanya berarti olahraga dan atletik. Pekerjaan sehari-hari seperti berjalan, berkebun, pekerjaan rumah tangga, dan bermain-main dengan anak-anak Anda adalah

semua bentuk aktivitas fisik. Berapapun usia Anda, aktivitas fisik memainkan peran besar dalam kesehatan dan kesejahteraan Anda. [11, p. 32]

c. Pola makan yang tidak sehat adalah pola makan dengan:

- Terlalu banyak makanan (terlalu banyak kalori);
- Terlalu banyak lemak, gula atau garam;
- Tidak cukup buah dan sayuran.

Jika Anda makan banyak makanan dan Anda tidak cukup aktif untuk membakarnya, Anda akan menambah berat badan. Anda bisa perlahan menjadi kelebihan berat badan atau bahkan obesitas. [11, p. 12]

Pola makan yang tidak sehat seringkali mengandung terlalu banyak "makanan cepat saji", yang tinggi lemak dan gula, dan minuman ringan yang mengandung gula. Makanan cepat saji juga sangat tinggi garam, yang meningkatkan tekanan darah. [11, p. 12]

Perbaiki pola makan Anda. Makan lima porsi buah dan sayuran setiap hari. Buah dan sayur mengandung zat yang membantu mencegah serangan jantung dan stroke. Mereka melindungi pembuluh darah dan jaringan jantung dan otak. Anda harus makan setidaknya lima porsi buah atau sayuran segar setiap hari (400-500 gram setiap hari). [11, p. 29]

d. Asap tembakau penuh dengan zat yang merusak paru-paru, pembuluh darah, dan jantung Anda. Mereka menggantikan oksigen dalam darah yang dibutuhkan jantung dan otak Anda untuk bekerja dengan baik. Penggunaan tembakau sangat meningkatkan peluang Anda mengalami serangan jantung atau stroke. Tembakau juga menyebabkan kanker dan penyakit paru-paru, dan

membahayakan bayi selama kehamilan. Menghirup asap tembakau dari perokok lain sama berbahayanya dengan merokok sendiri. [11, p. 11]

Menghentikan penggunaan tembakau pada usia berapa pun menghasilkan manfaat kesehatan segera. Ini akan mengurangi peluang Anda terkena serangan jantung atau stroke sejak hari Anda berhenti! Ini juga akan mengurangi kemungkinan Anda memiliki masalah kesehatan lainnya, seperti kanker dan penyakit paru-paru. [11, p. 27]

- e. Alkohol. Jangan minum alkohol. Alkohol mengurangi kekuatan jantung Anda untuk memompa darah. Terkadang, alkohol itu sendiri bisa menjadi penyebab gagal jantung. [11, p. 22]
- f. Kurang istirahat. Tidurlah lebih awal, banyak istirahat, dan hindari stres. [11, p. 28]
- g. Stres kronis. Merasa kesepian, terisolasi, atau cemas untuk waktu yang lama dapat bergabung dengan faktor risiko lain untuk membuat seseorang lebih mungkin mengalami serangan jantung atau stroke. [11, p. 14]

2.3 Konsep Dasar Multimedia

2.3.1 Definisi Multimedia

Menurut pendapat para ahli yang dikutip dalam buku *DIGITAL MULTIMEDIA: Animasi, Sound Editing, & Video Editing* yang ditulis oleh Amir Fatah Sofyan dan Agus Purwanto [12] yang mengutip dari buku berjudul *MULTIMEDIA Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* yang di tulis M.

Suyanto [3] di dalamnya terdapat beberapa pendapat pakar mengenai pengertian dari multimedia, berikut adalah pendapat menurut para pakar tersebut; [12, p. 1 – 2]

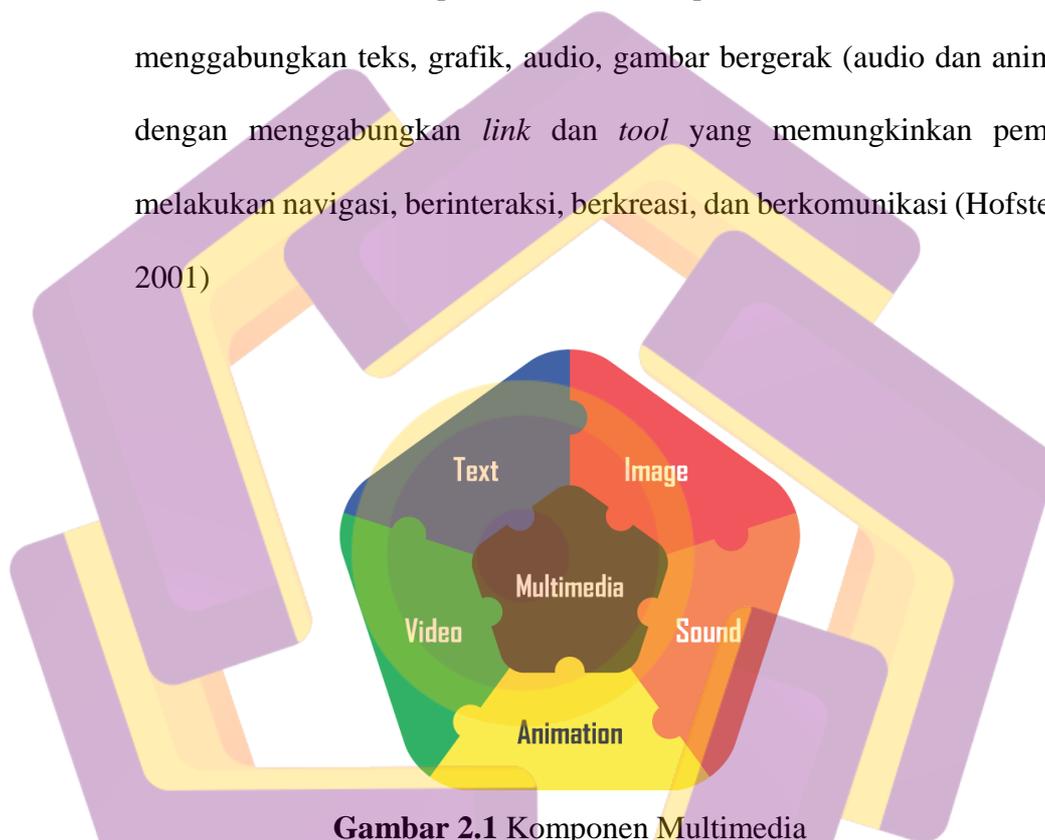
Dean (1996) menyatakan bahwa multimedia berasal dari *theater*, yaitu pertunjukan yang memanfaatkan lebih dari satu medium di panggung yang mencakup *monitor video*, *synthesized band*, dan karya seni manusia sebagai bagian dari pertunjukkan.

Namun berbeda dengan pengertian multimedia yang dikemukakan Dean yakni “multi-media”, istilah yang dikemukakan oleh McLeod (1996) kali ini memiliki arti suatu sistem yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, dan alat-alat lain seperti televisi, monitor video dan sistem piringan optik atau sistem stereo yang dimaksudkan untuk menghasilkan sajian audio visual penuh, pengertian kedua ini menyaratkan adanya sinkronisasi berbagai media tersebut dengan bantuan komputer membedakannya dengan pengertian multimedia yang pertama yang memanfaatkan berbagai macam media yang terpisah dan berdiri sendiri.

Beberapa pengertian multimedia oleh para pakar adalah sebagai berikut :

1. Multimedia secara umum merupakan kombinasi dari 3 elemen, yaitu suara, gambar, dan teks (McCormick, 1996) [13]
2. Multimedia adalah kombinasi paling sedikit dari 2 media *input* atau *output* dari data. Media ini dapat berupa audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik, dan gambar (Turban, dkk., 2002)

3. Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video (Robin dan Linda, 2001)
4. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (audio dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi, dan berkomunikasi (Hofstetter, 2001)



Gambar 2.1 Komponen Multimedia

Dalam buku yang berjudul *Multimedia: Making it Work* yang ditulis oleh Tay Vaughan, mendefinisikan multimedia sebagai kombinasi dari text, seni, suara, animasi dan video yang di persembahkan kepada Anda melalui komputer atau alat elektronik atau perangkat manipulasi digital lainnya. [14]

2.3.2 Komponen Multimedia

Multimedia merupakan gabungan dari beberapa komponen pembentuknya maka dari itu komponen-komponen tersebut harus ada, atau setidaknya memuat

paling sedikit dua komponen (seperti ahli berpendapat demikian) agar dapat disebut sebagai multimedia, berikut adalah penjabaran mengenai komponen multimedia tersebut :

2.3.2.1 Teks

Penggunaan teks dan simbol untuk berkomunikasi adalah perkembangan terkini dari manusia yang dimulai sejak 6000 tahun yang lalu di lembah Mediterranean yang subur di Mesopotamia, Mesir, Sumeria, dan Babilonia dimana hal tersebut diawali dengan penemuan tetanda yang memiliki makna yang pertama kali tercetak pada sebak lumpur yang mengeras dan dibiarkan mengering tersinari matahari.

Pada zaman sekarang teks dan kemampuan membaca adalah jalan untuk membuka pintu pengetahuan dan wawasan. Membaca dan menulis kemampuan penting yang diperlukan dan dibutuhkan pada kebudayaan modern saat ini. [14, p. 18]

2.3.2.2 Gambar

Gambar adalah objek grafis yang biasanya dapat di ubah-ukuran kedalam ukuran yang berbeda, diberi warna atau diberi pola atau dibuat transparan, ditempatkan di depan atau di belakang objek lain, atau ingin dibuat terlihat atau tidak terlihat dengan menggunakan perintah. [14, p. 68]

Gambar/ citra tetap bisa jadi berukuran kecil, lebar, atau bahkan *full screen*. Bisa berwarna, ditempatkan acak pada layar, kebanyakan bersifat geometris, atau bentuk yang tidak biasa. Gambar/ citra tetap bisa jadi adalah sebuah pohon di lereng

bukit yang dingin; kotak bertumpuk dengan latar belakang abu-abu, tartan, atau marmer Italia ; sebuah gambaran teknik ; jepretan dari BMW baru milik bos departemen Anda. Apapun bentuknya, Gambar/ citra tetap dibuat oleh komputer dalam dua cara: sebagai bitmaps (atau grafis lukis) dan sebagai gambaran *vector* (atau hanya “gambaran” datar) grafis. Bitmap bisa disebut juga gambar “raster”. Demikian juga, penyunting *bitmap* terkadang disebut program “lukis” (*painting program*). Dan penyunting *vector* terkadang disebut program “penggambar” (*drawing program*). [14, p. 70]

2.3.2.3 Suara

Suara adalah getaran yang berjalan melalui udara atau medium lain dan bisa didengar saat menjangkau telinga manusia maupun hewan.

Saat sesuatu bergetar di udara dengan bergerak maju mundur (seperti kerucut *loudspeaker*), maka kemudian hal itu menciptakan gelombang tekanan. Gelombang ini menyebar seperti riak dari kerikil yang dilempar ke kolam yang masih rata, dan saat mereka mencapai gendang telinga, kemudian gendang telinga Anda mengalami perubahan tekanan, atau getaran sebagaimana suara.

Di udara, riak merambat sekitar 750 mil per jam, atau 1 mach di permukaan laut. Gelombang suara memiliki variasi beragam dalam tingkat tekanan suara (amplitudo) dan di frekuensi atau nada. Kebanyakan gelombang suara bercampur membentuk sebuah lautan suara dari simfoni musik, ucapan, atau pun hanya suara biasa. [14, p. 104]

2.3.2.4 Animasi

Definisi dari animasi adalah membuat kenampakan statis atau diam menjadi hidup. Hal tersebut adalah perubahan secara visual pada satuan waktu dan dapat menambah kekuatan yang besar pada proyek multimedia dan atau halaman *website*. Kebanyakan aplikasi untuk Windows maupun Macintosh telah menyediakan peralatan untuk animasi.

Animasi begitu memungkinkan untuk terjadi karena sebuah fenomena biologis yang dikenal sebagai persisi dari pengelihatan dan fenomena psikologis yang disebut *phi*. Sebuah objek yang dilihat oleh mata manusia menetapkan unsur kimiawi yang dipetakan pada retina mata dalam waktu yang singkat setelah melihat. Dikombinasikan dengan kinerja pikir manusia yang secara konseptual dirancang untuk melengkapi sebuah gerakan yang diterima mata, ini memungkinkan serangkaian gambar yang berubah sangat cepat dan sangat cepat, satu demi satu, untuk tampak berbaur menjadi suatu ilusi visual dari sebuah gerakan. [14, p. 141]

2.3.2.5 Video

Video adalah elemen multimedia yang mengombinasikan sebuah urutan dari gambar-gambar untuk membentuk suatu gambar bergerak. Video menransmisikan sebuah sinyal ke sebuah layar dan memroses perintah susunan tangkapan layar yang mana yang harus ditunjukkan. Video terkadang memiliki komponen audio yang selaras dengan gambar yang diperlihatkan pada layar. [15]

Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan *videotape*, perekam video, dan pemutar video. Saat ini ada dua kategori video, yaitu video analog dan video digital. [16, p. 179]

Video Analog

Video analog adalah sinyal video yang ditransfer oleh sinyal analog. Warna dari sebuah video analog mengandung pencahayaan, kecerahan (Y) dan *chrominance* (C) dari sebuah gambar televisi analog. Bila digabungkan menjadi satu saluran, hal tersebut disebut video komposit seperti yang terjadi, antara lain dengan NTSC, PAL dan SECAM. [17]

Video analog mengodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan/ atau frekuensi dari sinyal. Seluruh sistem sebelum video digital dapat dikategorikan sebagai video analog. Video *analog* mempunyai dua format, yaitu format elektrik dan format kaset. [16, p. 179]

Dalam sistem *analog output* dari CCD diproses oleh kamera kedalam tiga saluran informasi warna dan pulsa-pulsa sinkronisasi (*sync*) dan sinyal-sinyal tersebut dicatat kedalam pita magnetik, ada beberapa video standar untuk mengatur *output* dari CCD analog, masing-masing berhubungan dengan jumlah dari pemisahan (*separation*) atara komponen-komponenya, lebih banyak pemisahan informasi warna maka semakin besar kualitas citra/ gambar yang dihasilkan (dan lebih mahal pula peralatannya). [14, p. 166]

Video Digital

Video digital merupakan representasi gambar visual bergerak yang dikodekan ke dalam bentuk data digital. Ini berbeda dengan video analog, yang mewakili gambar visual bergerak dengan sinyal analog. Video digital terdiri dari serangkaian gambar digital yang ditampilkan secara runtut dengan cepat. Sebaliknya, salah satu kunci metode analog, gerak gambar film, menggunakan serangkaian foto yang diproyeksikan secara runtut dengan cepat. [18]

Video digital dapat disebut *array* 3 dimensi dari *pixel* berwarna. 2 dimensi melayani arah spasial dari gambar bergerak (horizontal dan vertikal) dan satu dimensi lainnya akan mempresentasikan domain waktu. Video digital sebenarnya terdiri atas serangkaian gambar digital yang ditampilkan dengan cepat pada kecepatan yang konstan. Dalam konteks video, gambar ini disebut *frame*. [16, p. 180]

Dalam sistem digital, *output* dari CCD (*charge-coupled device*) didigitasi oleh kamera kedalam sebuah urutan frame tunggal, dan data video dan audio dikompres sebelum di tulis ke sebuah kaset atau secara digital disimpan ke cakram atau *flash memory*. [14, p. 168]

2.3.2.5.1 Standart Broadcast Video

NTSC

NTSC (*National Television Standards Committee*) dikembangkan tahun 1950 yang mendefinisikan standar video yang dibuat sampai 525 gambar garis *scan*

horizontal setiap 1/30 detik. Standar ini digunakan terutama di Amerika Serikat dan Jepang. [3, p. 283]

PAL

PAL (*Phase Alternate Line*) merupakan standar yang digunakan di negara Eropa dan negara lainnya. Menurut Vaughan (1994) ini merupakan metode terintegrasi penambahan warna sinyal televisi hitam putih yang mengandung 625 garis pada sebuah *frame rate* (25 *frame rate per second*), masing-masing membutuhkan 1/50 detik untuk menggambar (50Hz) [3, p. 285]

SECAM

SECAM (*Sequential Color and Memory Sistem*) merupakan standar *video* yang dipakai di Perancis. [3, p. 285]

SECAM diambil dari bahasa perancis, diketahui sebagai (*Système Électronique pour Couleur Avec Mémoire* atau *Séquentiel Couleur Avec Mémoire*) digunakan di Perancis Eropa Timur, Bekas Unisoviet, dan segelintir negara lainnya. Meskipun SECAM adalah 625 garis, 50Hz sistem, SECAM berbeda jauh dengan sistem warna NTSC dan PAL dalam dasar teknologi dan metode *broadcast*-nya, Seringkali, bagaimanapun, perangkat TV yang dijual di Eropa menggunakan komponen ganda dan bisa menangani sistem PAL dan SECAM. [14, p. 168]

HDTV

HDTV (*High Definition TV*) merupakan standar baru dalam teknologi televisi yang menyediakan kualitas gambar layar lebar serua dengan film 35 mm dengan kualitas suara setara dengan kualitas compact *disc* (CD). HDTV

menyediakan gambar lebih besar dengan detail-detail lebih besar dan lebih jernih, dibandingkan dengan televisi standar (NTSC, PAL, SECAM), HDTV lebih lebar dan lebih tinggi aspek rasionya, yaitu 16:9, sedangkan televisi standar aspek rasionya hanya 4:3, resolusi HDTV mencapai 1080 garis aktif (total 1125), sedangkan televisi standar mempunyai hanya mempunyai resolusi 486 garis aktif (total 525). [3, p. 284]

Apa yang dimulai sebagai HDTV adalah prakarsa dari *U.S. Federation Communications Commission* (FCC) di tahun 1980-an, ubahan dahulu terhadap prakarsa *Advanced Television* (ATV) yang kemudian berakhir sebagai prakarsa *Digital Television* (DTV) dari waktu ke waktu FCC mengumumkan perubahan tersebut di tahun 1996. [14, p. 169]

2.4 Konsep Dasar Desain Komunikasi Visual

2.4.1 Definisi Desain

Desain, menurut buku yang ditulis oleh Adi Kusrianto menerangkan bahwa Desain adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa serta kreativitas. [19, p. 12]

2.4.2 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan [19, p. 12]

2.4.3 Definisi Visual

Visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat [19, p. 12]

2.4.4 Definisi Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan [19, p. 2]

2.4.5 Elemen Visual

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, ada beberapa unsur yang diperlukan, diantaranya adalah sebagai berikut :

2.4.5.1 Titik

Titik adalah unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebar dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, kepadatan tertentu. [19, p. 30]

2.4.5.2 Garis

Garis dianggap sebagai sesuatu yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, *zigzag*, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat dimana garis digoreskan. [19, p. 30]

2.4.5.3 Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari wujudnya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua yaitu, bidang geometris atau beraturan dan bidang nongeometris atau tidak beraturan. Bidang geometris adalah bidang yang relatif mudah diukur keluasannya, sedangkan bidang nongeometris adalah bidang yang relatif sukar diukur keluasannya. [19, p. 30]

2.4.5.4 Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang, pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan ruang semu. Keberadaan ruang sebagai unsur visual tidak dapat diraba namun dapat dimengerti. [19, p. 30]

2.4.5.5 Warna

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmenya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna diantaranya adalah *hue* (spektrum warna), *saturation* (*kepekatan warna*) dan *lightness* (*value* atau nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai 0 hingga 100. Hal yang paling menentukan adalah *lightness*, jika ia bernilai 0, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika *lightness* bernilai 100, warna akan berubah menjadi putih, atau tidak berwarna karena terlalu silau. Pada nilai 40 hingga 70 kita dapat melihat warna-warna dengan jelas. [19, p. 31]

2.4.5.6 Tekstur

Tekstur adalah nilai raba suatu permukaan, secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan tekstur halus, dengan kesan pantulan kilat dan kusam, ditinjau dari efek tampilannya, tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata apabila ada kesamaan antara hasil rabaan dengan hasil penglihatan. Misalnya bila dilihat tampak kasar, dan ketika diraba terasa kasar maka itu adalah tekstur nyata, sementara itu pada tekstur semu terdapat perbedanantara hasil penglihatan dan perabaan, misalnya bila dilihat tampak kasar namun ketika diraba terasa sebaliknya, maka itu adalah tekstur semu. [19, p. 32]

2.4.6 Definisi Grafis

Grafis (adalah objek visual) yang biasanya dapat di ubah-ukuran kedalam ukuran yang berbeda, diberi warna atau diberi pola atau dibuat transparan, ditempatkan di depan atau di belakang objek lain, atau ingin dibuat terlihat atau tidak terlihat dengan menggunakan perintah. [14, p. 68]

2.4.7 Definisi Desain Grafis

Dalam buku yang ditulis oleh Vinsensius Sitepu yang berjudul *Panduan Mengenal Desain Grafis*, menyatakan secara singkat bahwa desain grafis adalah “ilmu” untuk menghasilkan karya visual yang baik dan bernilai seni. [20, p. 10]

Dalam buku tersebut juga terdapat beberapa kutipan dari sumber-sumber lain, berikut adalah beberapa definisi desain grafis dari beberapa sumber yang dikutip oleh Vicensius Sitepu dalam bukunya [20, p. 11 – 12]:

Menurut **Suyanto** desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis; desain informasi; dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

Jessica Helfand dalam situs aiga.com mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu

yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat.

Danton Sihombing desain grafis mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

Michael Kroeger *visual communication* (komunikasi visual) adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui terma-terma visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (*juxtaposition*).

2.5 Konsep Dasar *Motion Graphics*

2.5.1 *Motion*

Dikutip dari salah satu halaman dari en.oxforddictionaries.com, *motion* diartikan sebagai tindakan atau proses bergerak atau dipindahkan. [21]

Dikutip dari salah satu halaman en.wikipedia.org. *Motion* (gerak) adalah perubahan posisi benda dalam waktu ke waktu. *Motion* digambarkan dalam hal perpindahan, jarak, kecepatan (*velocity*), percepatan, waktu dan kecepatan (*speed*). [22]

2.5.2 Definisi *Motion Graphics*

Dikutip dari buku *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*, definisi sesungguhnya dari *motion graphic* begitu sederhana dan memungkinkan untuk dijabarkan, secara sederhana, *motion graphic* mencakup

gerakan, rotasi, atau penyekalaan (sekala) dari gambar, video, dan teks di dalam waktu ke waktu pada layar, biasanya disertai dengan *soundtrack*. Dalam buku yang sama didefinisikan juga bahwa *motion graphics* adalah koreografi dari element-elemen grafis di dalam satuan waktu untuk menyampaikan informasi. [23, p. 10]

2.6 Konsep Dasar Iklan

2.6.1 Sejarah Iklan

Kata iklan pertama muncul sekitar tahun 1655, dan pada tahun 1660 *publisher* (penerbit) menggunakan kata tersebut sebagai judul di koran untuk informasi komersial. Pesan ini mengumumkan tanah untuk dijual, pelarian (budak dan pelayan), transportasi (kapal-kapal yang tiba, jadwal perhentian), dan barang untuk dijual dari pedagang local. [24, p. 34]

Sejarah periklanan televisi dimulai sejak tahun 1947 berupa iklan *sponsorship*. Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebekuan iklan cetak. Selain itu iklan televisi menjadikan jangkauan penyiaran lebih luas dan membuat karakter menjadi hidup. Stasiun televisi CBS mulai menayangkan iklan televisi pada bulan Juni 1948 berupa iklan *sonorship* dari Lincoln-Mercury pada acara The Ed Sullivan Show, yang menjadi salah satu acara dengan jam tayang paling panjang dan serial yang paling sukses. The Ed Sullivan Show memacu kemajuan skor karir bisnis pertunjukkan. Pada tahun 1971, ada 933 sponsor yang menyponsori acara televisi, atau meningkat 515% dibandingkan tahun 1947. [25, p. 1]

2.6.2 Definisi Iklan

Iklan atau dalam bahasa Inggris disebut *advertisement*, adalah suatu bentuk komunikasi masa komersial yang dirancang untuk mempromosikan pemasaran suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan bisa juga pesan dari seorang kandidat dalam suatu kampanye politik. [19, p. 298]

2.6.2.1 Peran Iklan

Untuk lebih mengerti pengembangak periklanan sebagai bentuk komersil dari komunikasi, itu membantu untuk mengerti bagaimana definisi periklanan dan peran dasarnya yang berkembang dari tahun ke tahun. [24, p. 34 – 35]

- **Identification (Identifikasi)**, periklanan mengidentifikasi sebuah produk dan/ atau tempat dimana produk tersebut dijual. Dalam tahun-tahun awal, dan kembali kepada zaman kuno, periklanan memfokuskan pada pengidentifikasian sebuah produk dan dimana produk tersebut dijual. Beberapa iklan terdahulu dengan sederhana menandai dengan nama atau gambar grafis dari jenis toko, pemilik toko, grosiran, atau pandai besi (black smith).
- **Information (Informasi)**, Periklanan menyuguhkan informasi mengenai suatu produk. Kemajuan teknologi cetak di awal Renaisans memacu keaksaraan dan membawa ledakan (kemajuan tak terbendung) dari bahan cetak berupa poster, *handbill*, dan surat kabar. Keaksaraan bukan lagi lencana milik elit sehingga memungkinkan menjangkau khalayak umum dengan informasi lebih rinci tentang produk. Kata “iklan” pertama kali muncul sekitar tahun 1655, dan pada tahun 1660 para penerbit menggunakan kata tersebut sebagai judul di koran

untuk informasi komersial. Pesan ini mengumumkan tanah untuk dijual, pelarian (budak dan pelayan), transportasi (kapal tiba, jadwal perhentian), dan barang-barang untuk dijual dari pedagang lokal. Karena pentingnya informasi komersial, iklan ini dianggap berita dan dalam banyak kasus iklan lebih banyak menduduki ruang pada koran-koran terdahulu dari pada isi utama dari beritanya.

Persuasion (Persuasi), Periklanan membujuk orang untuk membeli barang, Revolusi industri mempercepat perubahan sosial, begitu pula produksi massal. Ini membawa efisiensi terhadap permesinan tidak hanya pada produksi barang, tapi juga untuk distribusinya. Produksi yang efisien dan distribusi yang lebih luas berarti bahwa manufaktur dapat menawarkan lebih banyak produk daripada yang dapat dikonsumsi pasar lokal mereka. Dengan berkembangnya kereta api dan jalan nasional, manufaktur bisa menyalurkan produk mereka ke seluruh negeri. Untuk pemasaran produk yang meluas, menjadi penting untuk memiliki nama merek yang dapat dikenali, seperti Ivory atau, baru-baru ini, Burger King. Juga sekelompok besar masyarakat perlu mengetahui tentang barang-barang ini, jadi, selaras dengan mekanisasi industri dan pembukaan perbatasan mendatangkan semakin banyak penggunaan media komunikasi baru, seperti majalah, katalog, dan papan reklame yang menjangkau lebih banyak orang dengan bentuk persuasi yang lebih menarik. P.T. Barnum dan pembuat obat paten termasuk di antara perintis periklanan yang memindahkan promosi dari identifikasi dan informasi menjadi sebuah versi flamboyan dari bujukan yang disebut sebagai hiper gambar dan bahasa yang dikenal dengan pelebih-lebihan, atau hiperbola.

2.6.2.2 Ragam jenis Iklan

Apa saja jenis-jenis iklan yang umum diketahui? Bukan hanya satu jenis iklan saja. Kenyataannya, periklanan adalah sebuah industri yang besar dan bervariasi. Jenis iklan yang berbeda memiliki peran yang berbeda pula. Memertimbangkan semua situasi periklanan yang berbeda, kita bisa mengidentifikasi tujuh jenis iklan yang umum [24, p. 39]:

Brand Advertising, tipe iklan yang paling umum, sering merujuk sebagai iklan nasional atau iklan konsumen. *Brand advertising* (iklan merk), sebagai contoh adalah iklan Apple Macintosh pada komersial klasik di tahun “1984”, memfokuskan pada pengembangan *brand identity* (identitas merk) dan citra jangka panjang.

Retail atau **Local Advertising**, fokus pada *retailer*, *distributor*, atau *dealer*, yang menjual barang dagangan mereka di area geografis tertentu. *Local advertising* yang utamanya merujuk pada *retailer*, sebagai contoh adalah T.J. Maxx , atau sebuah manufaktur atau *distributor* yang menawarkan produk-produknya di sebuah area geografis terlarang.

Direct-response advertising, mencoba menstimulasi respon cepat dari pelanggan kepada penjual. Hal ini bisa menggunakan berbagai macam media, utamanya menggunakan pesan langsung dan internet. Pelanggan bisa merespon dengan menggunakan telepon, pesan, atau melalui internet, dan produk diantarkan secara langsung kepada pelanggan dengan pengiriman pesan paket atau beberapa *carrier* (kurir/pembawa) yang lain.

Business-to-business (B2B) advertising, juga disebut *trade advertising* (periklanan dagang), adalah iklan yang dikirimkan dari satu bisnis kepada bisnis lainnya. Hal itu mencakup pesan yang didistribusikan pada perusahaan yang mendistribusikan produk serta pembelian industrial dan professional seperti pengacara dan dokter. Pengiklan menempatkan sebagian besar iklan bisnis di publikasi profesional.

Institutional advertising, juga disebut *corporate advertising*, berfokus pada pembentukan identitas korporat atau memenangkan public terhadap sudut pandang organisasi, perusahaan rokok, misalnya, menjalankan iklan yang berfokus padahal-hal positif yang mereka lakukan, iklan untuk perusahaan farmasi yang menampilkan perawatan penyakit leukemia juga mengadopsi fokus ini.

Nonprofit advertising, digunakan oleh organisasi nirlaba, seperti amal, yayasan, asosiasi, rumah sakit, orkestra, museum, dan situasi keagamaan, untuk menjangkau pelanggan (pada rumah sakit, misalnya), keanggotaan (Sierra Club), dan relawan (Palang Merah). Hal ini juga digunakan untuk mengumpulkan sumbangan dan bentuk partisipasi program lainnya. Kampanye “The Truth” untuk America Legacy Foundation, yang mencoba menjangkau remaja dengan pesan anti rokok, adalah contoh iklan nirlaba.

Public service advertisement, memberika pesan atas nama tujuan baik, seperti (penyuluhan) menghentikan mengemudi dalam keadaan mabuk (seperti dalam iklan *Mothers Against Drunk Driving*) atau mencegah pelecehan pada anak.

Juga disebut *public service announcements (PSAs)* (pengumuman layanan masyarakat), periklanan dan profesional (tenaga ahli) hubungan masyarakat biasanya menciptakan secara *pro bono* (bebas biaya) dan media meyubangkan ruang dan waktu.

2.7 Konsep Dasar Media Sosial

Media sosial merupakan perangkat teknologi termediasi komputer yang memfasilitasi penciptaan dan pembagian informasi, ide, minat karir dan bentuk-bentuk lain dari ekspresi melalui komunitas virtual dan jaringan. Variasi layanan media sosial yang berdiri sendiri dan internal saat ini tersedia memperkenalkan tantangan dari suatu definisi; Namun, ada beberapa fitur umum.

Media sosial adalah aplikasi interaktif berbasis Web 2.0 Internet. Konten yang dibuat pengguna, seperti posting teks atau komentar, foto digital atau video, dan data yang dihasilkan melalui semua interaksi online, adalah sumber kehidupan media sosial. [26, p. 8]

2.7.1 YouTube

YouTube adalah sebuah *website* yang memungkinkan para pengguna untuk mengunggah, melihat, dan membagi konten video yang dibuat oleh pengguna. YouTube menyediakan sebuah forum untuk orang-orang untuk menginformasikan dan menginspirasi orang lain dan menyediakan sebagai sebuah platform distribusi untuk pembuat konten orisinal dan para pengiklan. Saat mengunggah sebuah video, pengguna YouTube melihat sebuah pesan hak cipta yang memperingatkan mereka dimana mereka harus membuat konten video mereka sendiri atau dapat pula dengan

mendapatkan izin dari pemilik hak cipta terlebih dahulu. Konten kontroversial (mis., pornografi atau tindakan kriminal) dapat dianggap tidak pantas, yang kemudian diperiksa oleh karyawan YouTube. [27, p. 36]

2.8 Konsep Dasar Perencanaan/ Pra Produksi

Perencanaan produksi memegang peran penting sebelum memproduksi iklan televisi. Beberapa hal yang harus dilakukan dalam perencanaan produksi antara lain; memilih sutradara, menyeleksi penawaran, memilih agen yang membuat iklan televisi (jika kita tidak dapat membuatnya sendiri) memerkirakan biaya dan waktu, membuat jadwal produksi, menentukan konstruksi iklan televisi, memilih pemeran (casting), menetapkan lokasi syuting, pemilihan pakaian, persetujuan dan pemesan, dan mengadakan pertemuan praproduksi. [25, p. 174]

Praproduksi terdiri dari persiapan proposal proyek, bangunan, sinopsis, perawatan, skrip, pemecahan skrip, jadwal produksi, anggaran, dan *storyboard*. Proposal adalah ringkasan pasar yang digunakan untuk mempromosikan atau menjual proyek. Sebuah premise adalah pernyataan singkat atau pernyataan yang meringkas cerita atau pokok pembicaraan. Contohnya, premis dasar film Joan Didion, *The Panic in Needle Park (1971)* adalah "Romeo dan Juliet tentang narkoba di Central Park New York".

Sinopsis adalah paragraf pendek yang menggambarkan alur cerita dasar. *Treatments* adalah plot yang lebih panjang atau ringkasan pokok materi dalam bentuk cerita pendek, yang sering menyertai *pitch* lisan dari premis atau konsep, dan skrip sebenarnya secara virtual melengkapi panduan produksi di atas kertas, menentukan apa yang akan dilihat dan didengar dalam produk jadi. Satu bisa

memecah script dengan membuat *list* semua peralatan dan kebutuhan personil untuk setiap adegan dengan begitu suatu produksi dapat dijadwalkan dan dianggarkan. Anggaran menggambarkan bagaimana dana akan dihabiskan di setiap kategori produksi. *Storyboard* menyediakan visualisasi grafis dari bidikan penting yang kiranya akan direkam oleh kamera. [28, p. 35]

2.9 Konsep Dasar Produksi

Tahap produksi adalah periode selama iklan televisi diproduksi secara komersial. Tahap ini meliputi kegiatan syuting, perekaman suara, pengaturan pencahayaan, dan pemilihan kamera. Hari-hari selama syuting berlangsung adalah hari-hari yang panjang dan melelahkan. Jika ingin membuat iklan televisi tentang profil suatu perusahaan yang berdurasi 30 menit, paling tidak memerlukan waktu syuting sekitar 1-4 minggu atau lebih. Jadi, kita memerlukan waktu syuting sekitar 2-7 hari untuk membuat iklan televisi berdurasi 30 detik. [25, p. 176]

Produksi dimulai dengan pengaturan dan latihan. Sutradara film, video, atau multimedia mengatur panggung dan membuat plot dari tindakan dengan berlatih adegan dalam persiapan untuk rekaman aktual. Memetakan pergerakan *talent* di set dikenal sebagai *performer blocking*, sementara memetakan pergerakan kamera disebut *camera blocking*. Setiap penempatan kamera dan pergerakan *talent* harus dilakukan dengan hati-hati sebelum merekam. Jika tindakan tidak dapat dikontrol, seperti transmisi langsung acara olahraga atau produksi film dokumenter, sutradara harus dapat mengantisipasi dengan tepat di mana pergerakan tampaknya akan pergi dan menempatkan kameranya atau kamera yang sesuai (dengan pergerakan objek).

Selama produksi sesungguhnya, seluruh proyek pada dasarnya berada di tangan sutradara. Dalam beberapa studio kamera atau lokasi produksi, misalnya, sutradara sering memilih bidikan kamera dengan memerintahkan *technical director* (TD) untuk menekan tombol tertentu pada a perangkat yang disebut *switcher*, yang membuat perubahan seketika dari satu kamera ke kamera lainnya. Dalam produksi kamera tunggal, sutradara tetap di lokasi dan berkomunikasi secara langsung dengan *talent* dan kru. Pengawas skrip atau orang kontinuitas menonton sesi rekaman aktual dengan mata yang tajam untuk memastikan bahwa setiap segmen dalam skrip telah direkam. Kontinuitas sempurna di antara bidikan, dengan detail seperti a arah kiri-ke-kanan atau kanan-ke-kiri yang konsisten dan aliran identik dari pergerakan pemain/ penampil (aksi yang dicocokkan) dari satu bidikan ke bidikan berikutnya, harus dipertahankan sehingga hasil jepretan dapat dikombinasikan dengan benar selama pengeditan.

Dalam sesi produksi atau perekaman audio, produser mempertahankan otoritas dan tanggung jawab yang sama sebagaimana sutradara video atau film: melatih para musisi, mengarahkan teknisi, dan mengawasi sesi rekaman yang sebenarnya. Dalam produksi multimedia digital atau sesi interaktif, baik untuk permainan komputer, CD-ROM, cakram laser biru, atau rekaman DVD, wewenang dan tanggung jawab produser adalah sama, kecuali bahwa produser dapat mengumpulkan dan bekerja sepenuhnya dengan materi digital ketimbang orang-orang. Dalam sesi produksi multimedia dan interaktif, produser mungkin sangat baik melakukan semua aspek produksi — mulai dari menulis seluruh proses termasuk praproduksi hingga pasca produksi untuk membuat grafik, memasukkan

kode untuk membuat program dalam bentuk digital, dan melakukan fungsi pengeditan akhir. [28, pp. 35-36]

2.10 Konsep Dasar Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah iklan televisi diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pasca produksi meliputi pengeditan, pemberian efek-efek special, perekaman efek suara, pencampuran audio dan video, persetujuan pemesan atau agensi, penggandaan, dan penyerahan atau penyiaran (untuk iklan TV). [25, p. 179]

Pasca produksi dimulai setelah gambar visual dan suara telah direkam (walaupun dalam siaran langsung televisi, produksi, dan pasca produksi terjadi secara bersamaan). Titik penyuntingan yang memungkinkan dapat ditentukan selama tahap pratinjau, saat gambar yang direkam dan suara dilihat diawalannya. Gambar dan suara yang menyertainya diperiksa dan diperiksa ulang untuk menemukan titik penyuntingan yang tepat sebelum berbagai bidikan digabungkan. Suara terpisah dapat ditambahkan setelahnya ke gambar yang disunting, atau suara dapat disunting pada saat yang sama seperti gambar. Tahap pasca produksi mengikat elemen-elemen audio dan visual produksi dan menghaluskan semua bagian yang kasar. Elemen-elemen visual dan audio harus seimbang dan terkontrol dengan baik. Perangkat digital yang canggih membantu editor dan spesialis teknis membentuk suara dan gambar ke dalam bentuk akhir mereka.

Dalam pasca produksi audio, penekanan ditempatkan pada pemilihan yang terbaik dari banyak suara yang diambil dan menggabungkan berbagai trek ke satu

atau, dalam hal stereo, dua buah trek jadi, atau, seperti dalam kasus audio untuk televisi definisi tinggi (HDTV) untuk teater dan *home theatre*, sebanyak enam trek atau lebih. Dalam produksi gambar bergerak, editor suara dapat menggunakan sebanyak 64 trek atau lebih untuk menyelesaikan produksi. Permainan dan produksi animasi dan interaktif lainnya juga membutuhkan *multichannel* trek audio. Pemrosesan sinyal, termasuk pemerataan, penambahan efek, dan menyeimbangkan trek satu sama lain, sering dilakukan selama pencampuran suara (*sound mix*), yaitu, selama proses akhir dari menggabungkan berbagai *soundtrack*. Operasi pemrosesan tersebut dapat dilakukan dalam format analog atau digital. Kecenderungannya adalah memanipulasi audio dalam format digital untuk menghindari degenerasi atau degradasi sinyal.

Tiga tahap produksi hanya terpisah dalam arti kronologis. Kecakapan dalam satu tahap proses produksi tentu membutuhkan pengetahuan dari semua tahapan lainnya. Seorang sutradara atau penulis tidak dapat memvisualisasikan kemungkinan untuk merekam sebuah adegan tertentu tanpa memiliki kesadaran tentang bagaimana gambar dapat dikombinasikan selama penyuntingan. Singkatnya, meskipun keseluruhan organisasi teks ini menjadi tiga tahap (pra-produksi, produksi, dan pasca produksi) mengikuti perkembangan logis, penguasaan setiap tahap menuntut keakraban dengan tahap lainnya juga. [28, p. 36]

2.11 Pengenalan Perangkat Lunak

2.11.1 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator berjalan beriringan dengan produk Adobe lainnya tetapi menyediakan tujuannya sendiri dan unik. Meskipun Illustrator dapat membuat karya seni beberapa halaman (dengan *artboards*), itu tidak dimaksudkan untuk membuat dokumen panjang dengan *header*, *footer*, dan nomor halaman berulang. Jenis-jenis fail itu lebih tepat untuk aplikasi seperti InDesign. Biasanya, Anda tidak akan membuat karya seni dari Illustrator yang dibuat dari piksel, seperti gambar yang disunting atau dibuat di Photoshop. Illustrator umumnya digunakan untuk membuat logo vektor, ilustrasi, peta, paket, label, *signage*, *web art*, dan banyak lagi. [29, p. 229]

Adobe Illustrator adalah sebuah perangkat lunak standar-industri milik Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengolahan grafik *vector* yang memungkinkan kita untuk membuat logo, ikon, gambaran, tipografi, dan ilustrasi kompleks untuk segala medium. [30]

Adobe Illustrator adalah sebuah program yang digunakan oleh keduanya yakni seniman dan desainer grafik untuk membuat gambar/ citra vektor. Gambar-gambar ini nantinya akan digunakan untuk logo perusahaan, kegunaan promosional atau bahkan pekerjaan pribadi, dalam kedua bentuk yakni dalam bentuk cetakan dan bentuk digital. Adobe Illustrator tipikalnya digunakan untuk membuat ilustrasi, chart, grafik, logo, diagram, kartun dari photo asli, dan sebagainya. [31]

2.11.1.1 Grafik Vektor

Grafik vektor adalah pembuatan citra digital melalui urutan perintah atau pernyataan matematis yang menempatkan garis dan bentuk pada ruang dua dimensi dan atau tiga dimensi. Dalam ilmu fisika, sebuah vektor adalah representasi dari dua hal yakni kuantitas dan arah pada saat yang sama. Di dalam grafis vektor, file yang dihasilkan dari kerja seorang seniman grafis dibuat dan disimpan sebagai runtutan pernyataan vektor (pernyataan bersifat matematis). Sebagai contoh, alih-alih mengandung sedikit file untuk setiap bit gambar garis, sebuah file grafis vektor menggambarkan serangkaian titik-titik yang di hubungkan. Salah satu hasilnya adalah sebuah file yang jauh lebih kecil. [32]

Gambar vektor tidak disimpan dalam sebuah (ekstensi) gambar, tetapi disimpan sebagai serangkaian instruksi yang digunakan untuk membuat suatu gambar yang dinamakan algoritma, yang nantinya menentukan bentuk kurva, garis, dan berbagai bangun dengan gambar (*picture*). Untuk menyimpan *image* (citra/gambar) yang tidak mengandung terlalu banyak perubahan warna, *vector image* adalah pilihan yang lebih efisien dibandingkan dengan *bitmap*. Misalnya saja sebuah garis tengah lingkaran. *Bitmap* akan menyimpan setiap titik di sepanjang garis itu sebagai RGB *color value*, tetapi *vector image* hanya akan menyimpan pangkal garis, arah, panjang, dan warnanya. *Vector image* memiliki tiga kelebihan dibandingkan dengan *bitmap*. Pertama *vector image* bersifat *scalable*, artinya kita bisa menggunakan program grafis untuk memperbesar atau memperkecil ukuran *image* tanpa mengubah kualitasnya atau tidak bergantung pada resolusinya. Anda dapat menciptakan gambar dengan resolusi rendah dan kemudian dapat

menransfernya pada resolusi yang tinggi (*tracing*). Kedua, karena *vector image* biasanya memiliki ukuran fail lebih kecil dibandingkan dengan grafis dalam format *bitmap*, karena gambar *vector* yang besar dapat dikodekan dengan instruksi yang lebih kecil atau lebih ringkas, maka *vector* dapat di-*download* lebih cepat di internet. Ketiga, gambar *vector* dapat diubah dalam berbagai tampilann tiga dimensi. Dengan perangkat lunak yang sesuai, Anda dapat membangun sebuah tampilan gambar dari setiap arah bahkan dari potongan melintang. [3, p. 262]

Singkatnya, *image/* citra vektor adalah objek grafis yang dibentuk melalui kombinasi titik dan garis dengan menggunakan instruksi rumus matematis.

2.11.2 Adobe After Effects

After Effects adalah alat yang dalam dan matang yang memungkinkan Anda untuk menggabungkan video, film, foto, pemindaian, ilustrasi, PDF, objek 3D, teks, dan musik dalam berbagai cara, plus membuat elemen Anda sendiri. Anda dapat mengatur, menghidupkan, dan memperlakukan komponen-komponen ini, dan memberikan hasilnya ke berbagai format untuk cetak, web, video, film, dan banyak lagi. Singkatnya, kuasai After Effects, dan Anda akan dapat membuat citra yang menarik untuk berbagai klien dan tugas. [33, p. 10]

2.11.2.1 *Compositing*

Compositing adalah penggabungan elemen-elemen visual dari sumber-sumber terpisah kedalam sebuah citra/ gambar tunggal. [34]

Video *compositing* adalah penggabungan atau pelapis-lapisan (*layering*) elemen-elemen grafis *visual* dari sumber terpisah yang di satukan dalam sebuah

alur waktu (*time line*) di dalam sebuah proyek video yang seringkali disertai dengan animasi, *visual effects* dan transisi.

2.11.3 Adobe Audition

Adobe Audition adalah aplikasi audio professional yang mengombinasikan penyuntingan audio digital yang canggih dan rekaman *multitrack* dalam program yang sama. Pendekatan yang unik ini mengintegrasikan dua elemen sehingga, sebagai contoh, audio yang digunakan di sebuah proyek *multitrack* dapat di sunting secara rinci di dalam penyunting audio digital, kemudian ditransfer kembali ke sesi *multitrack*. *Mixdowns* (*mono*, *stereo*, atau *surround*) yang diekspor dari sesi *multitrack* tersedia secara otomatis dalam *editor* audio digital, di mana berbagai alat penguasaan tersedia untuk memoles dan “mempermanis” campuran. Campuran terakhir kemudian dapat dibakar ke CD yang dapat direkam, yang dibuat sesuai dengan spesifikasi standar Red Book, atau dikonversi menjadi format kompresi data “ramah-web,” seperti MP3 dan FLAC. Selain itu, *Multitrack Editor* memiliki jendela video yang memungkinkan perekaman *soundtrack* dan narasi di Audition sambil melihat pratinjau video. [35, p. 1]

2.12 Metode Analisis

2.12.1 Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani; *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan ssebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbagun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang

lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai api, sirene mobil yang keras meraung-raung menandai adanya kebakaran di sudut kota.

Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. [36, p. 7]

Semiotik dilihat dari kaca mata desain grafis, adalah ilmu komunikasi yang berkenaan dengan pengertian tanda-tanda/ simbol/ isyarat serta penerapannya. Suatu studi tentang pemaknaan semiotik menyangkut aspek-aspek budaya, adat istiadat, atau kebiasaan di masyarakat. [19, p. 59] Semiotik dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- **Semantik**

Semantik berasal dari kata *Semantien* dalam Bahasa Yunani, yakni berarti, bermaksud, dan meneliti. Dalam dunia Desain Komunikasi Visual, kata tersebut dapat diartikan sebagai :

- a. Meneliti dan menganalisis makna dalam visual tertentu. Visualisasi dari suatu *image* merupakan simbol dari suatu makna.
- b. Makna suatu visual dan perkembangannya. Etimologi: mempelajari perubahan dan perkembangan desain, sejarah seni dan desain, serta pergerakannya.

Ditinjau dari makna, konsep, dan arti, terdapat 2 aspek dalam visual *image*:

- a. Aspek secara umum, bahwa suatu tanda atau simbol itu bisa diterima oleh setiap orang secara luas.
- b. Pada lingkup tertentu, misalnya tanda atau simbol yang dimengerti maknanya kepercayaan turun-temurun atau secara adat-istiadat.

Contoh: Hong Shui, Feng Shui, Primbon (Jawa), Numerologi, dll.

Sintatik

Sintatik berasal dari kata *sintaks* (berasal dari bahasa Yunani; *sutattein*) yang berarti mengatur, mendisiplinkan. Ketika kita menyadari adanya kolerasi, kita mendapatkan apa yang dalam dunia desain disebut ‘kepatutan’ atau ‘kepantasan’. Dalam hal ini, sintatik berkenaan dengan perpaduan, keseragaman, dan kesatuan sistem. Penerapan sintatik penting untuk menjaga citra yang baik dari sebuah rancangan dalam bentuk apa pun. Usaha itu dilakukan agar citra yang baik dapat tertanam serta dapat diingat oleh para khalayak. Di kalangan desainer istilah yang digunakan adalah “Benang Merah” sebuah rancangan yang merujuk pada kesatuan ruangan.

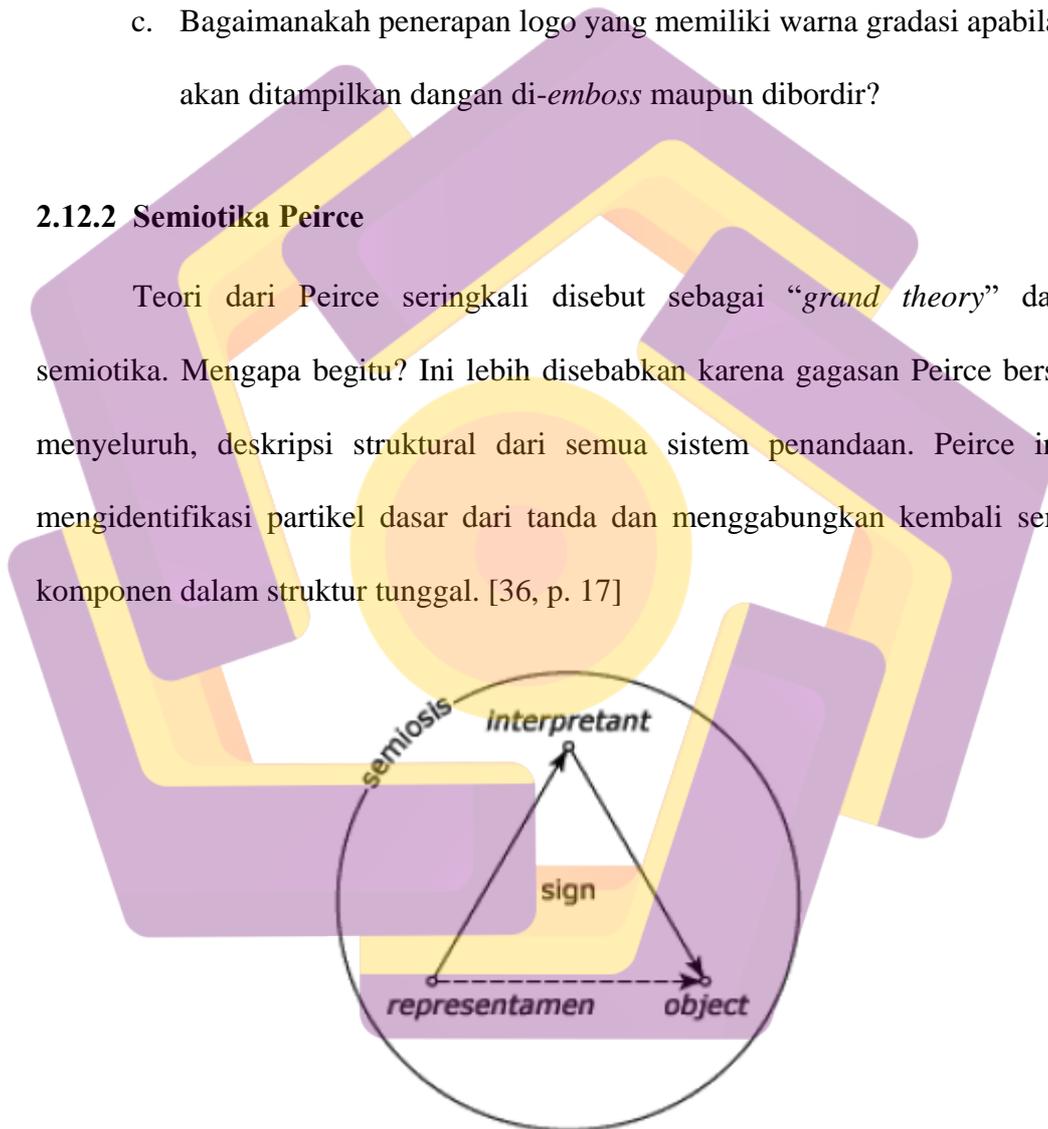
Pragmatik

Pragmatik adalah hubungan fungsional yang berkenaan dengan teknik dan praktis, material atau bahan yang digunakan, serta efisiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan, maupun teknik memproduksinya. Contoh kasus-kasus pragmatik yang diperlukan:

- a. Bagaimana implementasi *packaging* menggunakan kombinasi bahan dari plastik dan kertas? Atau dari kayu dan plastik?
- b. Bagaimana penerapan/ aplikasi logo pada media *stainless steel*/ plastik/ logam/ kayu?
- c. Bagaimanakah penerapan logo yang memiliki warna gradasi apabila akan ditampilkan dengan di-*emboss* maupun dibordir?

2.12.2 Semiotika Peirce

Teori dari Peirce seringkali disebut sebagai “*grand theory*” dalam semiotika. Mengapa begitu? Ini lebih disebabkan karena gagasan Peirce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. [36, p. 17]



Gambar 2.2 Semiosis

Sebuah tanda atau *representamen* menurut Charles S. Peirce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Peirce disebut *interpretant* dinamakan interpretan dari

tanda yang pertama, pada gilirannya akan mengacu pada objek tertentu. Dengan demikian, menurut Peirce, sebuah tanda atau *representamen* memiliki relasi 'triadictriadi' langsung dengan *interpretan* dan objeknya. Apa yang dimaksud dengan proses 'semiosis' merupakan suatu proses yang memadukan entitas (berupa *representamen*) dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses ini oleh Peirce disebut sebagai signifikasi.

Tipologi Tanda Versi Charles S. Peirce. Upaya klasifikasi yang dilakukan oleh Peirce terhadap tanda memiliki kekhasan meski tidak bisa dibilang sederhana. Peirce membedakan tipe-tipe tanda menjadi; Ikon (*Icon*), Indeks (*Index*), Simbol (*Symbol*) yang didasarkan atas relasi di antara *representamen* dan objeknya.

1. Ikon (*Icon*)

Ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan 'rupa' sehingga tanda itu mudah dikenali oleh para pemakainya, di dalam ikon hubungan antara *representamen* dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda ikonik karena 'menggambarkan' bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.



Gambar 2.3 Rambu "Awas Ada Rusa"

2. Indeks (*Index*)

Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomena atau eksistensial di antara representamen dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Contohnya, jejak telapak kaki di atas permukaan tanah, misalnya, merupakan indeks dari seseorang atau binatang yang lewat di sana; ketukan pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang tamu.



Gambar 2.4 Jejak Telapak Kaki

3. Simbol (*Symbol*)

Merupakan jenis tanda yang bersifat arbiter atau konvensional sesuai dengan kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik. Salah satu contohnya adalah rambu lalu lintas sederhana berikut ini; [36, p. 18]



Gambar 2.5 Simbol Pria dan Wanita

2.12.3 Analisis Kebutuhan

Dalam pembuatan video media penyuluhan iklan layanan masyarakat ini diperlukan peralatan-peralatan yang memadai agar video iklan layanan masyarakat ini berjalan baik serta kualitas meningkat. Analisis kebutuhan sistem dibagi menjadi dua yaitu kebutuhan fungsional dan kebutuhan non-fungsional.

1. Analisis Kebutuhan Fungsional

Mencakup kebutuhan apa saja yang semestinya mampu dilakukan oleh sistem (dalam hal ini iklan layanan masyarakat).

2. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Mencakup kebutuhan yang berisi properti perilaku yang dimiliki sistem.

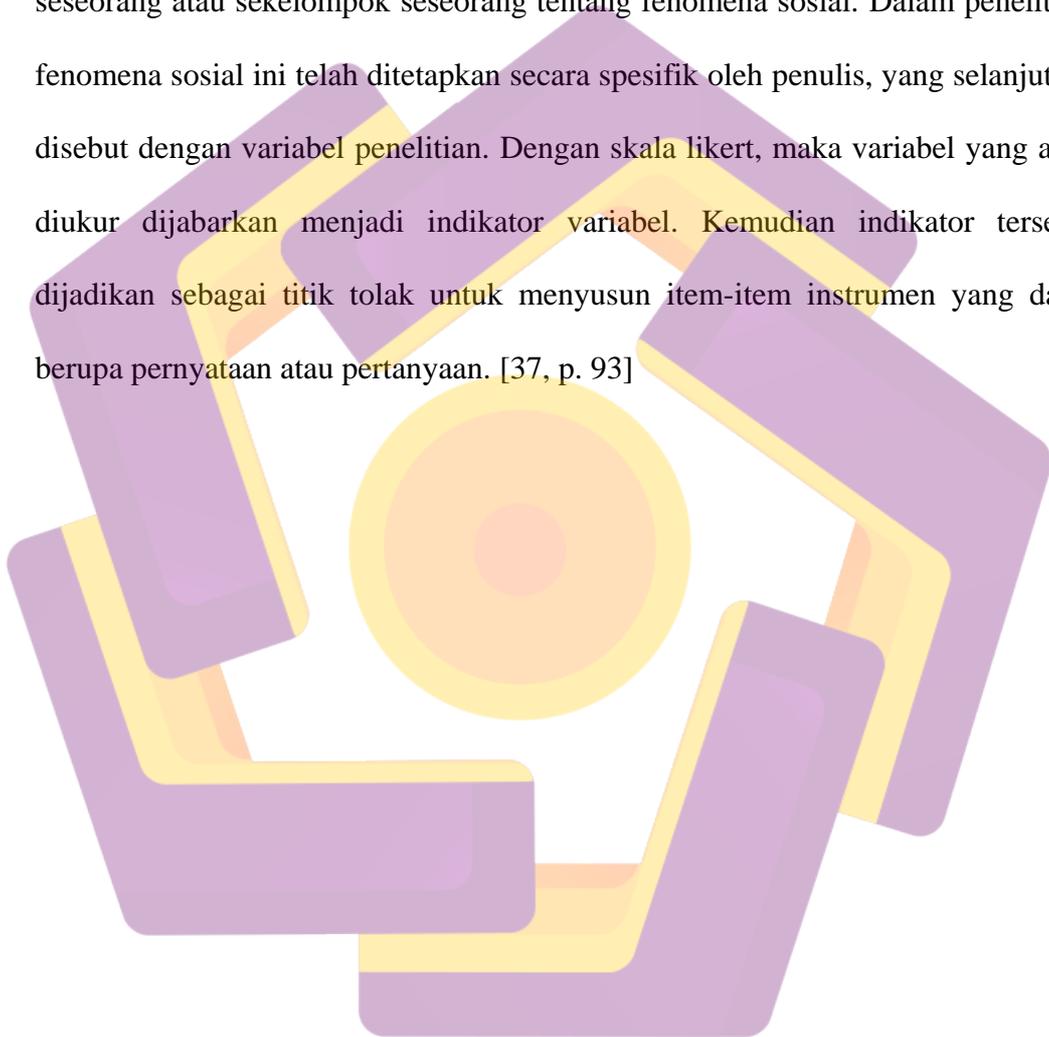
Kebutuhan non fungsional menyangkut perilaku yang berhubungan dengan kinerja, operasional, *platform* sistem, hukum, termasuk politik dan budaya.

Macam kebutuhan non fungsional: kebutuhan *software*, *hardware*, *brainware*, serta kebutuhan lain yang dibutuhkan dalam proses pra produksi, produksi dan pasca produksi dan sebagainya.

2.13 Metode Evaluasi

2.13.1 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok seseorang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. [37, p. 93]



BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Tinjauan Umum

Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman adalah unsur pelaksana pemerintah daerah kabupaten Sleman yang berlokasi di Jl. Rorojonggrang No. 6, Beran, Tridadi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah, tugas pokok Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman adalah melaksanakan urusan pemerintahan daerah Sleman dan tugas pembantuan dalam bidang kesehatan di kabupaten Sleman. Sebagai sebuah organisasi pemerintahan yang memiliki fungsi dalam mewujudkan pembangunan kesehatan di kabupaten Sleman, tentunya Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman memiliki visi dan misi yang ingin dicapai dan diwujudkan, adapun visi dan misi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman adalah sebagai berikut:

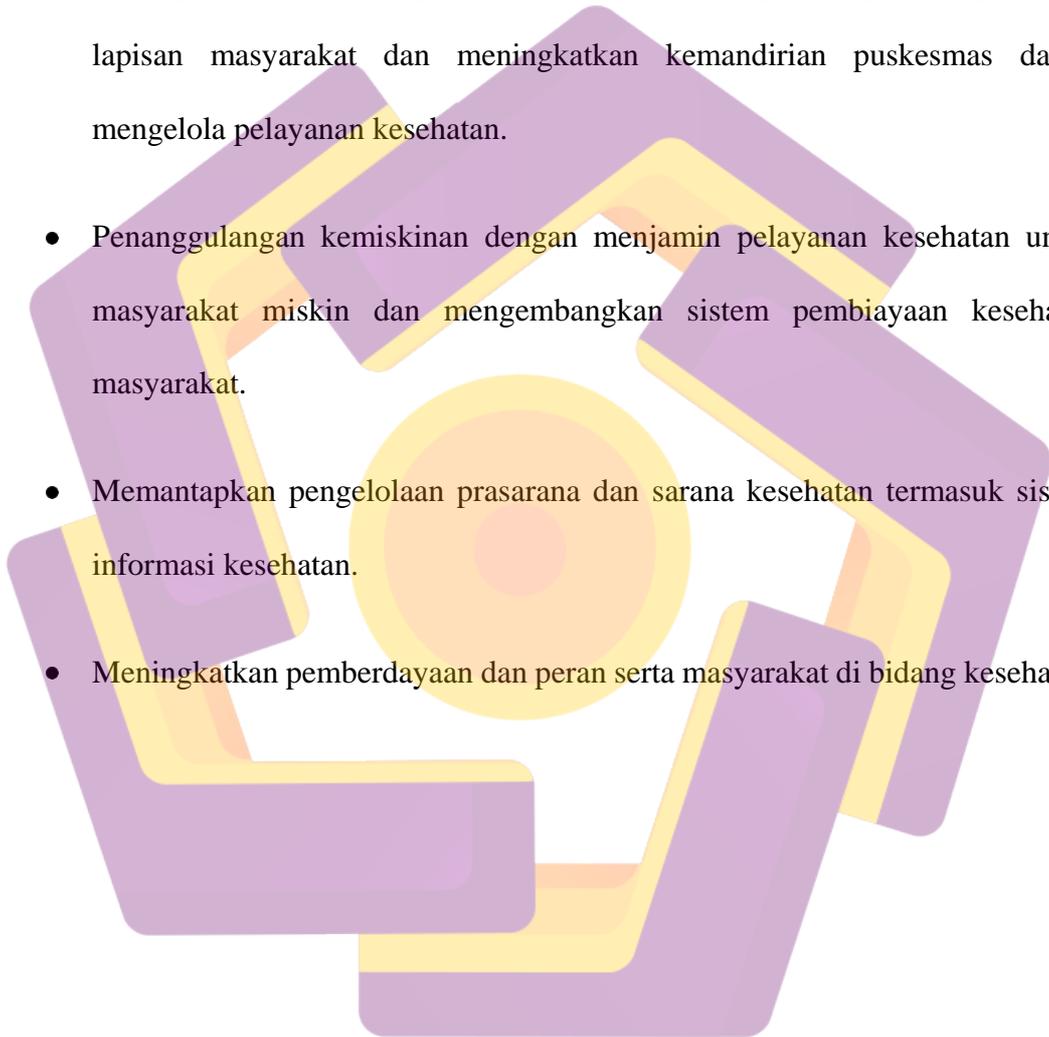
Visi

“Terwujudnya Masyarakat Sleman Sehat yang Mandiri, Berdaya Saing dan Berkeadilan”

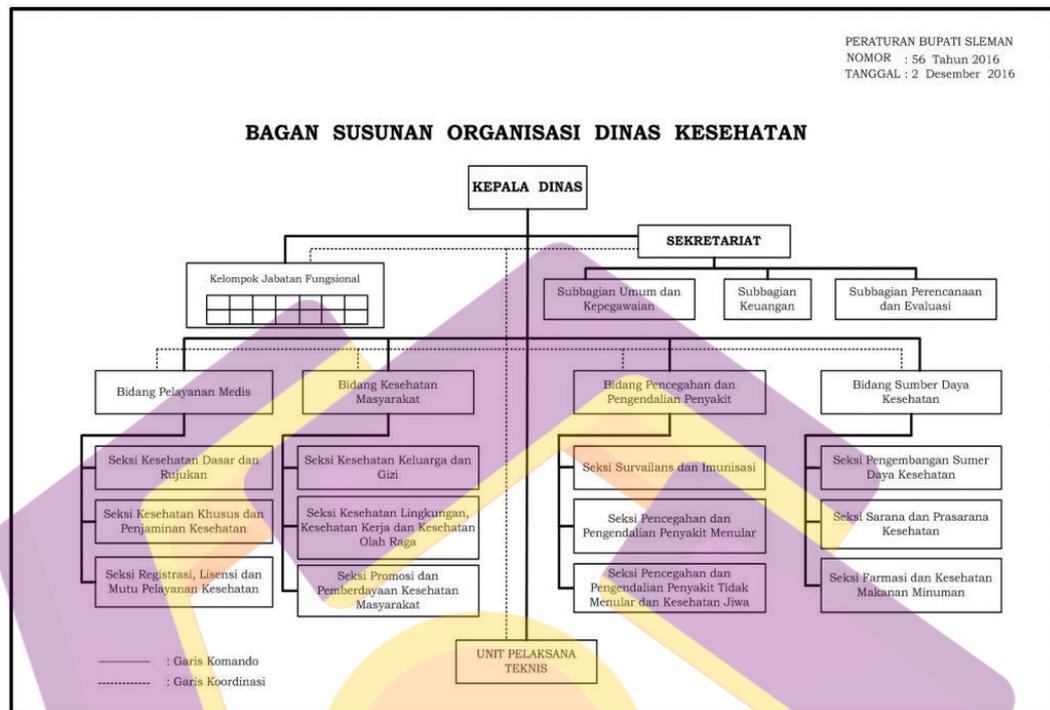
Misi

Adapun untuk dapat mewujudkan Visi “Terwujudnya Masyarakat Sleman Sehat yang Mandiri, Berdaya Saing dan Berkeadilan”, Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman menetapkan lima misi pembangunan kesehatan sebagai berikut.

- Meningkatkan kinerja Dinas Kesehatan dan UPTnya melalui peningkatan kualitas sistem manajemen mutu dalam memberikan pelayanan prima bagi masyarakat.
- Meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan yang terjangkau bagi semua lapisan masyarakat dan meningkatkan kemandirian puskesmas dalam mengelola pelayanan kesehatan.
- Penanggulangan kemiskinan dengan menjamin pelayanan kesehatan untuk masyarakat miskin dan mengembangkan sistem pembiayaan kesehatan masyarakat.
- Memantapkan pengelolaan prasarana dan sarana kesehatan termasuk sistem informasi kesehatan.
- Meningkatkan pemberdayaan dan peran serta masyarakat di bidang kesehatan.



Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dinkes Sleman

3.2 Pengumpulan Data

Wawancara

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada ketua Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman dan dua orang yang bertanggung jawab pada hubungan masyarakat dan promosi kesehatan untuk mendapatkan poin-poin yang diperlukan sebagai acuan pembuatan iklan layanan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bagian promosi kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman Yogyakarta didapatkan keterangan-keterangan sebagai berikut :

- a. Media penyuluhan yang saat ini digunakan adalah media cetak (brosur, *leaflet*, poster, baliho, dsb.), siaran radio, infografis (pada akun

Instagram), video dan penyuluhan secara langsung dengan bertatap muka kepada masyarakat.

- b. Media penyuluhan yang telah digunakan (video iklan layanan masyarakat) bukan berasal dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman sendiri melainkan distribusi dari Kementerian Kesehatan.
- c. Dinas kesehatan kabupaten Sleman menyetujui penggunaan teknik *motion graphics* yang digunakan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat.
- d. Dinas kesehatan kabupaten Sleman menyetujui durasi video iklan layanan masyarakat adalah 1 menit 30 detik.
- e. Dinas kesehatan kabupaten Sleman bersedia memberikan bantuan apabila diperlukan melalui bagian humas dan informasi kesehatan.
- f. Dinas kesehatan kabupaten Sleman masih membutuhkan media penyuluhan untuk berbagai jenis penyuluhan dan informasi termasuk didalamnya membangkitkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan jantung dan menerapkan pola hidup sehat.
- g. Dinas kesehatan kabupaten Sleman berharap iklan layanan masyarakat “Cegah penyakit jantung dengan pola hidup sehat” yang dibuat dapat membawa pengaruh positif dan menambah kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan pola hidup sehat dalam rangka menghindari penyakit jantung.
- h. Ketua Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman menyetujui adanya konsep/poin-poin sebagai berikut pada video yang akan dibuat:

- Mampu menampilkan ilustrasi ketampakan jantung
- Mampu Menyampaikan ilustrasi orang terkena gagal jantung atau meninggal karena gagal jantung.
- Mampu menampilkan ilustrasi ketampakan pembuluh darah jantung.
- Mampu menampilkan kondisi *arteriosclerosis* yang terjadi pada pembuluh darah jantung.
- Mampu menyampaikan faktor-faktor penyebab penyakit jantung.
- Mampu menyampaikan macam-macam pola hidup sehat untuk mencegah penyakit jantung.
- Mampu menyerukan ajakan untuk membiasakan gaya hidup sehat.
- Mampu menampilkan logo dinas kesehatan kabupaten Sleman.

Observasi

Dari hasil observasi, penulis mendapatkan keterangan bahwasannya terdapat poster anti narkoba yang dipasang didepan kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa media penyuluhan tersebut terbatas pada suatu area tertentu saja dan penempatannya yang berada di depan kantor dinas bisa jadi berpeluang sebagai sampah visual, untuk siaran radio mengenai TBC tidak memiliki unsur visual, dan video iklan layanan masyarakat yang telah ada memiliki durasi yang cukup panjang dan masih dapat

dioptimalkan dengan cara diperingkas tanpa membuang informasi pokok iklan selain itu iklan layanan masyarakat yang telah ada minim animasi dan berkesan *monotone*. Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman juga memiliki akun Instagram dimana didalamnya juga memuat hal-hal berkait promosi kesehatan yang kebanyakan merupakan foto kegiatan dan infografis sederhana.

3.3 Analisis

3.3.1 Analisis Masalah

Sejauh ini, Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman sudah memiliki beberapa media informasi atau iklan yang digunakan sebagai media penyuluhan sebagai contoh; media cetak, siaran radio, dan video iklan layanan masyarakat, namun media penyuluhan itu semua memiliki topikny masing-masing dan topik mengenai pencegahan penyakit jantung dengan pola hidup sehat belum dimiliki Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman khususnya dalam bentuk video berbasis *motion graphics* selain itu media penyuluhan seperti media cetak dan siaran radio kiranya masih memiliki beberapa kekurangan. Dalam penelitian ini penulis ingin mengurangi kekurangan tersebut dan menyajikan inovasi dengan membuat sebuah media penyuluhan (dalam hal ini iklan layanan masyarakat) berbasis *motion graphics* yang berjudul “Cegah Penyakit Jantung dengan Pola Hidup Sehat” untuk menambah media promosi kesehatan.

3.3.2 Analisis Semiotika

Sebagaimana telah diberitahukan sebelumnya analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah semiotika, dimana analisis semiotika terdiri dari tiga bagian meliputi semantik, sintaktik, pragmatik.

Semiotika, dilihat dari kaca mata dunia desain grafis adalah ilmu komunikasi yang berkenaan dengan pengertian tanda-tanda atau symbol atau isyarat serta penerapannya. Semiotic dibagi menjadi tiga bagian yaitu semantik, sintaktik, dan pragmatik:

1. Semantik

Pemilihan dan penggunaan tanda/ simbol/ gambar suatu objek yang akan dipergunakan yang dapat mewakili objek dan atau peristiwa yang sesungguhnya dimana objek/ peristiwa tersebut tidak dapat diwakilkan secara langsung :

- Membuat dan menggunakan objek grafis buatan (tanda/ simbol/ gambar suatu objek) yang dapat merepresentasikan/ mewakilkan suatu objek lain atau objek sesungguhnya yang tidak dapat di tampilkan secara langsung. Sebagai contoh, visualisasi jantung tentu akan merepotkan dan sangat sulit bila menggunakan model atau objek *real*, maka dari itu memerlukan suatu tanda/ simbol/ gambar suatu objek yang mampu merepresentasikan hal tersebut. Sebagai contoh, bentuk berikut: ♡ (jantung hati) sering digunakan untuk merepresentasikan organ jantung, maka dari itu bentuk ♡ (jantung hati) tersebut dapat digunakan utuk mewakili kenampakan jantung yang sesungguhnya, atau bahkan kita dapat melakukan penggambaran yang

lebih detail, yakni penggambaran yang hampir mendekati bentuk asli dari jantung yang sesungguhnya.

- Selain memvisualisasikan suatu objek semantik sekiranya dapat pula digunakan untuk memvisualisasikan suatu peristiwa dalam hal ini segala macam peristiwa yang ingin penulis kemukakan penulis memvisualisasikannya dalam bentuk *2D motion graphics*, sebagai contoh: peristiwa tersumbatnya aliran darah oleh timbunan plak kolesterol (*Arteriosclerosis*) yang menyebabkan aliran darah terhambat dan tidak dapat memenuhi asupan oksigen pada jantung kemudian membuat kinerja jantung bermasalah dapat digambarkan dengan penggunaan teknik *motion graphics*.
- Selain itu dapat pula untuk menggambarkan suatu kondisi. Sebagai contoh, Jantung yang sehat digambarkan dengan warna cerah namun kemudian saat kinerja jantung menurun, jantung digambarkan dengan warna yang pucat dan redup hal ini dapat terjadi karena penggunaan *visual effect*.

2. Sintaktik

Berusaha mewujudkan keseragaman konstanta tema pada *motion graphics* dengan variabel-variabel yang berbeda.

- Objek-objek yang digunakan dalam teknik *motion graphics* dalam penelitian ini bergaya *flat design*.
- Objek objek tidak mempergunakan *stroke* pada wujudnya.

- Tingkat kerumitan objek minimalis.
- Objek menggunakan warna yang telah di tentukan dan dibatasi, warna yang digunakan adalah warna yang memiliki kesan ringan, minimalis, dan *colorful*.

3. Pragmatik

Dalam analisis pragmatik ini dapat bersesuaian dengan ketentuan siaran iklan yang dipatutkan oleh pihak penayang yaitu YouTube dimana dalam hal ini penulis menggunakan video berformat .MP4 dengan durasi selama 1 (satu) menit 20 detik, untuk lebih lengkapnya, unsur pragmatic dalam pembuatan video ini adalah:

- *Standart broadcast* yang digunakan HDTV
- Durasi iklan yang dipergunnakan 1 (satu) menit
- *Frame Rate* 60 fps
- Resolusi 1080
- Format Video: .MP4

3.3.3 Solusi yang Tersedia

Solusi yang tersedia untuk untuk memaksimalkan promosi kesehatan adalah:

1. Membuat iklan layanan masyarakat berkait pencegahan penyakit jantung.
2. Membuat website yang dikhususkan untuk promosi kesehatan bagi Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.
3. Membuat media interaktif berbasis flash berkait kesehatan jantung.
4. Membuat aplikasi informatif/ edukatif khusus berkait kesehatan jantung.
5. Membuat sistem pakar berkait kesehatan jantung.

3.3.4 Solusi yang Dipilih

Solusi yang dipilih penulis untuk mengatasi masalah yang diatas adalah membuat video iklan layanan masyarakat baru dengan durasi yang singkat, informasi yang akan disampaikan dapat dibuat lebih singkat dari pada video iklan layanan masyarakat yang telah ada dan penulis dapat menambahkan efek visual dan efek suara yang tidak dimiliki iklan layanan masyarakat saat ini serta menampilkan informasi yang ingin disampaikan dengan lebih jelas dan lugas.

3.3.5 Kesimpulan Awal

Sebagaimana analisa yang sudah penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan awal untuk pembuatan iklan ini adalah:

- a. Membuat tanda/ simbol/ citra yang dapat mewakili objek-objek yang tidak dapat ditampilkan secara langsung.
- b. Membuat visualisasi dari peristiwa tertentu dalam bentuk citra bergerak (*motion graphics*) yang mewakili peristiwa sesungguhnya.
- c. Membuat visualisasi dari keadaan-keadaan tertentu dalam bentuk perubahan kenampakan menggunakan efek visual.

- d. Membuat visualisasi iklan layanan masyarakat yang mampu mengungkapkan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan judul penelitian.
- e. Memastikan konsistensi dan keseragaman kenampakan tampilan iklan layanan masyarakat tetap terjaga.
- f. *Me-render* video iklan layanan masyarakat tersebut sesuai dengan standarisasi broadcast yang telah ditentukan oleh media penyiar (dalam hal ini YouTube).

3.3.6 Kebutuhan

3.3.6.1 Kebutuhan Fungsional

Analisis kebutuhan informasi adalah tindakan analisa informasi-informasi yang telah penulis peroleh dari narasumber/ objek yang nantinya dari informasi tersebut penulis dapat membuat iklan layanan masyarakat yang bersesuaian dengan apa yang diharapkan oleh objek.

Dalam analisis kebutuhan informasi ini penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang terdapat pada tahap pengumpulan data, dari informasi-informasi tersebut maka penulis dapat menganalisa beberapa hal sebagai berikut :

Secara Umum

- Iklan harus mampu menjalankan fungsinya sebagai penyampai informasi.
- Iklan harus dapat disajikan semenarik mungkin agar dapat menggugah minat masyarakat untuk menyaksikan.

- Iklan harus dapat menyampaikan informasi se jelas mungkin dalam waktu yang singkat.
- Iklan diharapkan mampu disebarluaskan menjangkau area sosial masyarakat.
- Iklan diharapkan dapat diakses oleh semua masyarakat.

Secara Khusus

- Mampu menampilkan ilustrasi ketampakan jantung
- Mampu Menyampaikan ilustrasi orang terkena gagal jantung atau meninggal karena gagal jantung.
- Mampu menampilkan ilustrasi ketampakan pembuluh darah jantung.
- Mampu menampilkan kondisi *arteriosclerosis* yang terjadi pada pembuluh darah jantung.
- Mampu menyampaikan faktor-faktor penyebab penyakit jantung.
- Mampu menyampaikan macam-macam pola hidup sehat untuk mencegah penyakit jantung.
- Mampu menyerukan ajakan untuk membiasakan gaya hidup sehat.
- Mampu menampilkan logo dinas kesehatan kabupaten Sleman.

3.3.6.2 Kebutuhan Non Fungsional

Analisis kebutuhan perangkat adalah tindakan menganalisa perangkat-perangkat yang dibutuhkan dalam pengerjaan iklan layanan masyarakat disertai dengan spesifikasi dan kemampuan yang dimiliki oleh masing masing perangkat dimana perangkat tersebut nantinya dapat digunakan untuk mendukung kelancaran proses pembuatan dan pengujian. Berikut ini aspek-aspek yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat dalam penelitian ini.

3.3.6.2.1 Kebutuhan *Hardware*

Perangkat keras (*Hardware*) adalah semua bagian fisik komputer yang dibedakan berdasarkan spesifikasi kerja, fungsionalitas dan tata cara operasionalnya. Spesifikasi perangkat keras yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah sebagai berikut :

- CPU (*Centar Processing Unit*) Intel Core i5-3330 @ 3.00 Ghz
- VGA (*Video Graphica Array*) Nvidia GeForce 820 M
- RAM (*Random Access Memmory*) 12 GB (4 GB + 8 GB) DDR3L
- SSD (*Solid State Drive*) 250 GB
- *Graphic Card* Intel HD 530
- *Mouse* (M150) & *Keyboard* (MK220) nirkabel Logitech

Perangkat keras diatas telah terangkum dalam satu unit *Portable Personal Computer* atau *Netbook* atau *Laptop*, Acer E5-471-503W, spesifikasi yang lebih tinggi dapat memungkinkan proses kerja yang lebih baik.

3.3.6.2.2 **Kebutuhan *Software***

Perangkat lunak (*software*) adalah semua perangkat nonfisik yang terdapat atau beroperasi didalam computer sama seperti *hardware*, *software* juga dibedakan dibedakan berdasarkan spesifikasi kerja, fungsionalitas dan tata cara operasionalnya. Spesifikasi perangkat keras yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- Sistem Operasi (*operating sistem/OS*) Windows 10
- Adobe Illustrator CC 2017
- Adobe AfterEffect CC 2017
- Adobe Audition CC 2017
- *Media Player* (GOM, MPC, VLC, WMP dll...)

3.3.6.2.3 **Kebuatuhan *Brainware***

Setelah perangkat keras dan perangkat lunak ditentukan, dalam hal ini brainware atau SDM juga penting dalam memroduksi video iklan ini, yaitu:

1. *Copywriter*

Menulis *script*, entah itu mengandung dialog, narasi, lirik, pengumuman, deskripsi atau tidak ada sepele katapun.

2. *Art Director*

Bertugas mengembangkan *storyboard* dan menetapkan ketampakan iklan, entah itu realistis, bergaya, atau khayalan.

3. *Producer*

Bertanggung jawab dalam produksi, menemukan spesialis, menetapkan *talent* dan memastikan biaya dan tawar-menawar tetap berada dibawah *budget* (biaya yang dimiliki).

4. *Editor*

Menyatukan semuanya menuju akhir dari proses pembuatan iklan atau rekaman; mengevaluasi bagaimana memadukan *scene* dan elemen audio mana yang tepat dengan dialog dan *footage*.

5. *Narrator*

Narrator merupakan SDM yang memiliki fungsi sebagai orang yang mengisi suara/ menarasikan informasi verbal yang ingin disampaikan serta menentukan sudut pandang yang akan dialami penonton.

3.3.6.2.4 Kebutuhan Non Fungsional Lainnya

1. Video iklan dapat dijalankan oleh beberapa *media player* yang mendukung format video yang dibuat
2. Waktu yang dibutuhkan untuk menampilkan iklan dari awal hingga akhir berdurasi kurang lebih 1 menit 20 detik
3. Besarnya ukuran fail video dari iklan layanan masyarakat ini adalah kurang lebih 100 MB
4. Iklan layanan masyarakat memiliki kenampakan yang mudah dipahami.

3.4 Perancangan

Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya dalam pembuatan video iklan masyarakat ini akan ditempuh dalam tiga tahap yakni; tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

3.4.1 Tahap Pra Produksi

3.4.1.1 Ide dan Konsep Iklan

Ide kreatif diperlukan dalam pembuatan suatu karya visual utamanya desain komunikasi visual, ide-ide yang diperlukan tersebut tidak terbatas pada penyampaian informasinya melainkan juga pada penyampaian visualisasi dari video iklan itu sendiri, ide-ide tersebut penulis peroleh melalui proses berpikir dan berimajinasi serta mencari inspirasi-inspirasi karya desain komunikasi visual dari sumber luar, seperti buku, menonton video, melihat gambar, *browsing* di internet dan sebagainya.

Iklan yang akan penulis sajikan menggunakan konsep eksplanasi dan bersifat persuasif, artinya dalam video iklan tersebut penulis ingin menyampaikan hal-hal penting kepada pemirsa serta menerangkan suatu fenomena atau proses suatu peristiwa yang berkenaan dengan topik yang diambil. Dalam video iklan ini penulis ingin memberitahukan pemirsa bahwa penyakit jantung itu berbahaya dan dapat mengancam nyawa, lalu penulis menjelaskan penyebab terjadinya penyakit jantung dan menerangkan cara-cara untuk mencegahnya.

Lebih dari itu, kemudian penulis mengajak pemirsa untuk memulai gaya hidup sehat agar terhindar dari penyakit jantung sedini mungkin dengan menggunakan kalimat persuasif atau ajakan agar pemirsa memiliki rasa ketergugahan untuk memulainya.

3.4.1.2 Perancangan Alur Cerita

Tabel 3.1 *Storyline*

SCENE	DESKRIPSI	AUDIO	NARASI
SCENE No. 1 Gambaran Umum			
Salindia 1	Pembuka		
Visual	Memperlihatkan ketampakan tubuh manusia yang dibuka organ dalamnya kemudian menyerot pada organ jantung.	Musik, <i>SFX, VO</i>	Jantung...
Transisi Salindia (Dolly In)			
Salindia 2	Gambaran Umum (Jantung)		
Visual	Memperlihatkan ketampakan umum jantung dengan ritme detak dan aliran darah sesuai dengan jenis pembuluh (Vena & Arteri) yang menrasportasikannya.	Musik, <i>SFX, VO</i>	...merupakan organ vital dalam tubuh manusia, terganggunya kinerja jantung...
Transisi Salindia (Slide in)			
Salindia 3	Pasien Gagal Jantung Meninggal		
Visual	Memperlihatkan ketampakan seorang pasien penyakit jantung meninggal dunia.	Musik, <i>SFX, VO</i>	...dapat berakibat fatal dan mengancam nyawa kita.
Transisi Salindia (Slide in)			
Salindia 4	Pembuluh Darah Jantung		

Visual	Memperlihatkan ketampakan luar pembuluh darah pada jantung.	Musik, <i>SFX, VO</i>	...Penyakit jantung disebabkan oleh kurangnya supply darah pada jantung...
SCENE No. 2 Arteriosklerosis			
Salindia 1	Bagian Dalam Pembuluh Darah Jantung		
Visual	Memperlihatkan ketampakan dalam pembuluh darah pada jantung, rongga dalam pembuluh darah, aliran darah, plak dan penyumbatan darah.	Musik, <i>SFX, VO</i>	...dimana aliran darah tersumbat oleh plak sehingga menghambat sirkulasi darah pada jantung. Menyebabkan jantung kekurangan oksigen dan mengalami kegagalan.
Transisi Salindia (Shape)			
SCENE No. 3 Faktor –Faktor Penyebab Penyakit Jantung			
Salindia 1	Bagian peralihan		
Teks	Muncul teks bertulis: “FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB PENYAKIT JANTUNG”.	Musik, <i>SFX, VO</i>	Faktor-faktor penyebab penyakit jantung diantaranya:
Salindia 2	Kegemukan/ Obesitas		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang berubah bentuk badannya dari berbentuk sedang/ wajar menjadi besar/ gemuk/ kegemukan/ obesitas dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	Kegemukan,
Salindia 3	Kurang berolah raga		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang bermalas-malasan sambil tertawa menonton sesuatu di laptopnya serta menyanding camilan didekatnya dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	kurang berolahraga,
Salindia 4	Pola makan buruk		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang makan dengan lahap (berlebihan) disertai makanan-makanan kurang sehat (tinggi lemak, tinggi garam, dan tinggi gula didekatnya) dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	, mengonsumsi makanan kurang sehat dan berlebihan,
Salindia 5	Minum minuman beralkohol		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang meminum minuman beralkohol sambil sempoyongan disertai beberapa jenis minuman beralkohol lainnya didekatnya dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	minum minuman beralkohol,
Salindia 6	Merokok		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang merokok sambil memegang sebatang rokok, mengeluarkan asap rokok disertai	Musik, <i>SFX, VO</i>	merokok,

	asbak dan sebungkus rokok lainnya didekatnya dan teks penegas.		
Salindia 7	Kurang istirahat		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang menonton TV hingga larut malam dengan gestur terduduk lesu dan lemas, mata sayu serta kantung mata hitam dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	kurang istirahat
Salindia 8	Stres		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang tertekan/ stres dengan raut muka marah, memukul meja serta serampangan menggunakan mouse dan teks penegas.	Musik, <i>SFX, VO</i>	dan stress.
Transisi Salindia (Shape)			
SCENE No. 4 Pola Hidup Sehat			
Salindia 1	Bagian peralihan 1		
Visual	Memperlihatkan ketampakan layar laptop diatas meja yang menampilkan scene-scene sebelumnya yang kemudian ditunda/ stop lalu dilanjutkan dengan scene-scene berikutnya, sebuah ruangan, makanan, minuman, buku dan alat tulis.	Musik, <i>SFX, VO</i>	Untuk itu sangat penting menjaga kesehatan jantung dengan...
Salindia 2	Bagian peralihan 2		
Teks	Muncul teks bertulis: "POLA HIDUP SEHAT".	Musik, <i>SFX, VO</i>	...menerapkan pola hidup sehat, diantaranya;
Salindia 3	Menjaga berat badan		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan sebuah alat timbangan badan dimana jarumnya menunjuk pada area hijau yang bermakna berat badan wajar/ aman/ ideal.	Musik, <i>SFX, VO</i>	menjaga berat badan ideal,
Salindia 4	Rutin berolahraga		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang berlari ditempat diatas treadmill.	Musik, <i>SFX, VO</i>	rutin berolahraga,
Salindia 5	Pola makan sehat		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan buah-buahan, sayur sayuran dan air putih/ mineral.	Musik, <i>SFX, VO</i>	mengatur pola makan dan konsumsi makanan sehat,
Salindia 6	Tidak merokok		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan jenis-jenis minuman beralkohol yang diberi simbol "NO" Sign di depannya.	Musik, <i>SFX, VO</i>	tidak mengonsumsi alcohol,
Salindia 7	Tidak mengonsumsi alkohol		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan sebatang rokok yang mengeluarkan asap, asbak dengan sisa	Musik, <i>SFX, VO</i>	tidak merokok,

	rokok, dan sebungkus bungkus rokok yang diberi simbol "NO" Sign di depannya.		
Salindia 8	Istirahat cukup		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang tertidur pulas, dengan sibol "Z" yang bermunculan diatas kepalanya.	Musik, SFX, VO	istirahat cukup,
Salindia 9	Manajemen stres		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan seseorang yang melakukan meditasi.	Musik, SFX, VO	dan manajemen stress.
Transisi Salindia (Slide Away)			
SCENE No. 5 Ajakan			
Salindia 1	Sekelompok Orang Tampak Mengajak		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan beberapa orang yang mengajak untuk memulai pola hidup sehat.	Musik, SFX, VO	Ayo! Jaga jantung Anda! Terapkan pola hidup sehat sedini mungkin agar...
Transisi Salindia (Scrol Down)			
SCENE No. 6 Karakter Jantung			
Salindia 1	Jantung Hati		
Visual	Memperlihatkan ketampakan jantung hati yang tersenyum.	Musik, SFX	terhindar dari penyakit jantung.
Transisi Salindia (Fade to White)			
SCENE No. 7 Logo Dinkes Sleman			
Salindia 1	Logo Dinkes Sleman		
Visual, Teks	Memperlihatkan ketampakan representatif dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.	Musik	

3.4.1.3 Pembuatan *Storyboard*

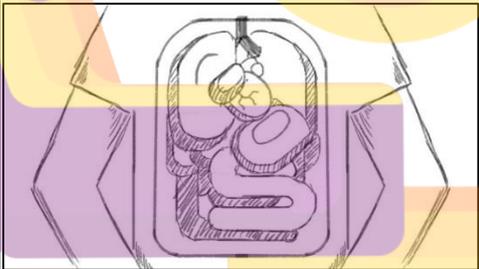
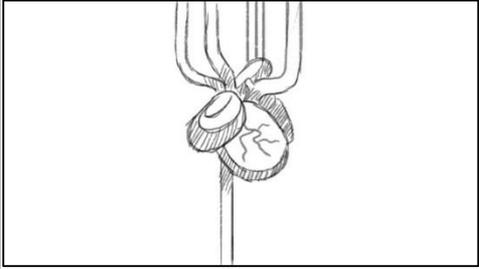
Storyboard adalah sketsa alur kasar suatu cerita/ kejadian, dalam pembuatan iklan, penting bagi penulis untuk memergunakan *storyboard*, bagi penulis *storyboard* memiliki fungsi sebagai berikut;

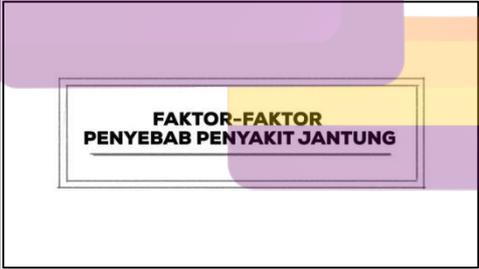
- a. *Storyboard* digunakan sebagai visualisasi tertulis dari suatu konsep pemikiran atau imajinasi.
- b. Sebagai pengingat apabila penulis lupa tentang konsep yang telah dibuat dalam proses pembuatan video.

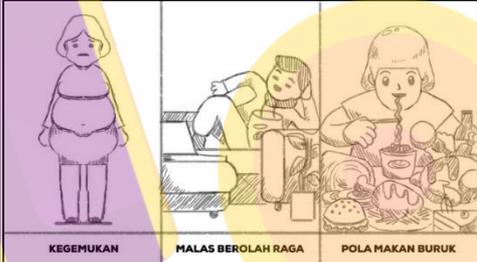
- c. *Storyboard* dapat digunakan untuk mengembangkan konsep-konsep yang telah dibuat.
- d. *Storyboard* menjadikan penulis mampu mengidentifikasi apa saja hal-hal yang ingin ditampilkan pada video.
- e. *Storyboard* menjadikan proses kerja lebih terstruktur.
- f. *Storyboard* dapat digunakan untuk menentukan kerumitan dan banyak atau sedikitnya suatu alur cerita dan konten grafis yang ingin digunakan.
- g. *Storyboard* dapat mempersingkat proses pembuatan video.

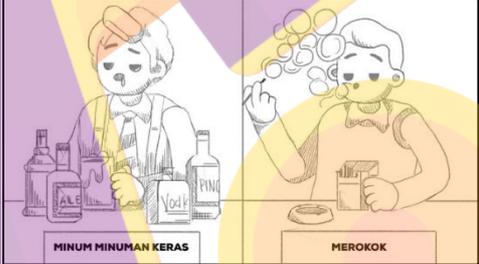
Berikut adalah rancangan *storyboard* yang telah penulis buat, *storyboard* berikut adalah pratinjau dari *storyboard* sesungguhnya, *storyboard* sesungguhnya terdapat pada lampiran.

Tabel 3.2 *Storyboard*

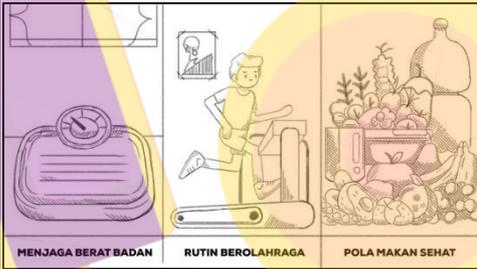
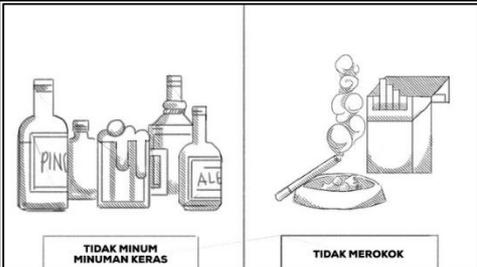
NO.	VISUAL	DURASI	KETERANGAN
1.		00:00 s/d 00:04	<ul style="list-style-type: none"> • Memperlihatkan ketampakan tubuh manusia yang dibuka organ dalamnya kemudian menyorot pada organ jantung.
2.		00:04 s/d 00:15	<ul style="list-style-type: none"> • Memperlihatkan ketampakan umum jantung dengan ritme detak dan aliran darah sesuai dengan jenis pembuluh (Vena & Arteri) yang

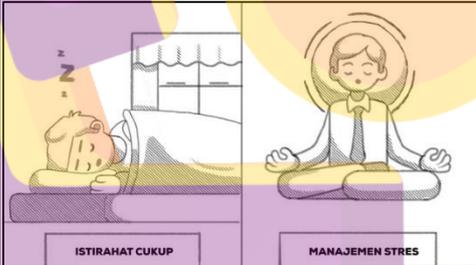
			menrasportasikanny a.
3.		00:06 s/d 00:10	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan seorang pasien penyakit jantung meninggal dunia.
4.		00:11 s/d 00:15	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan luar pembuluh darah pada jantung.
5.		00:15 s/d 00:25	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan dalam pembuluh darah pada jantung, rongga dalam pembuluh darah, aliran darah, plak dan penyumbatan darah.
6.		00:25 s/d 00:29	<ul style="list-style-type: none"> • Muncul teks bertulis: “FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB PENYAKIT JANTUNG”.

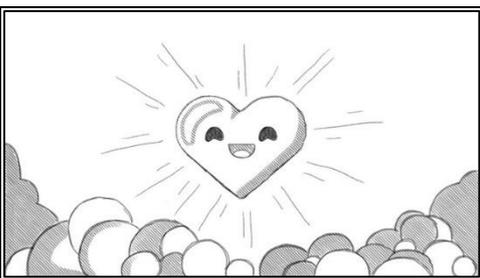
7.	 <p>The illustration is divided into three panels. The first panel shows a woman with a very large belly, labeled 'KEGEMUKAN' (Obesity). The second panel shows a person sitting on a sofa watching TV, labeled 'MALAS BEROLAH RAGA' (Laziness/Physical Inactivity). The third panel shows a person eating a large meal with many sugary and fatty items, labeled 'POLA MAKAN BURUK' (Poor Eating Pattern).</p>	<p>00:29 s/d 00:35</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperlihatkan ketampakan seseorang yang berubah bentuk badannya dari berbentuk sedang/wajar menjadi besar/gemuk/ kegemukan/ obesitas dan teks penegas. • Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang bermalasan sambil tertawa menonton sesuatu di laptopnya serta menyanding camilan didekatnya dan teks penegas. • Memperlihatkan ketampakan seseorang yang makan dengan lahap (berlebihan) disertai makanan-makanan kurang sehat (tinggi lemak, tinggi garam, dan tinggi gula
----	---	--

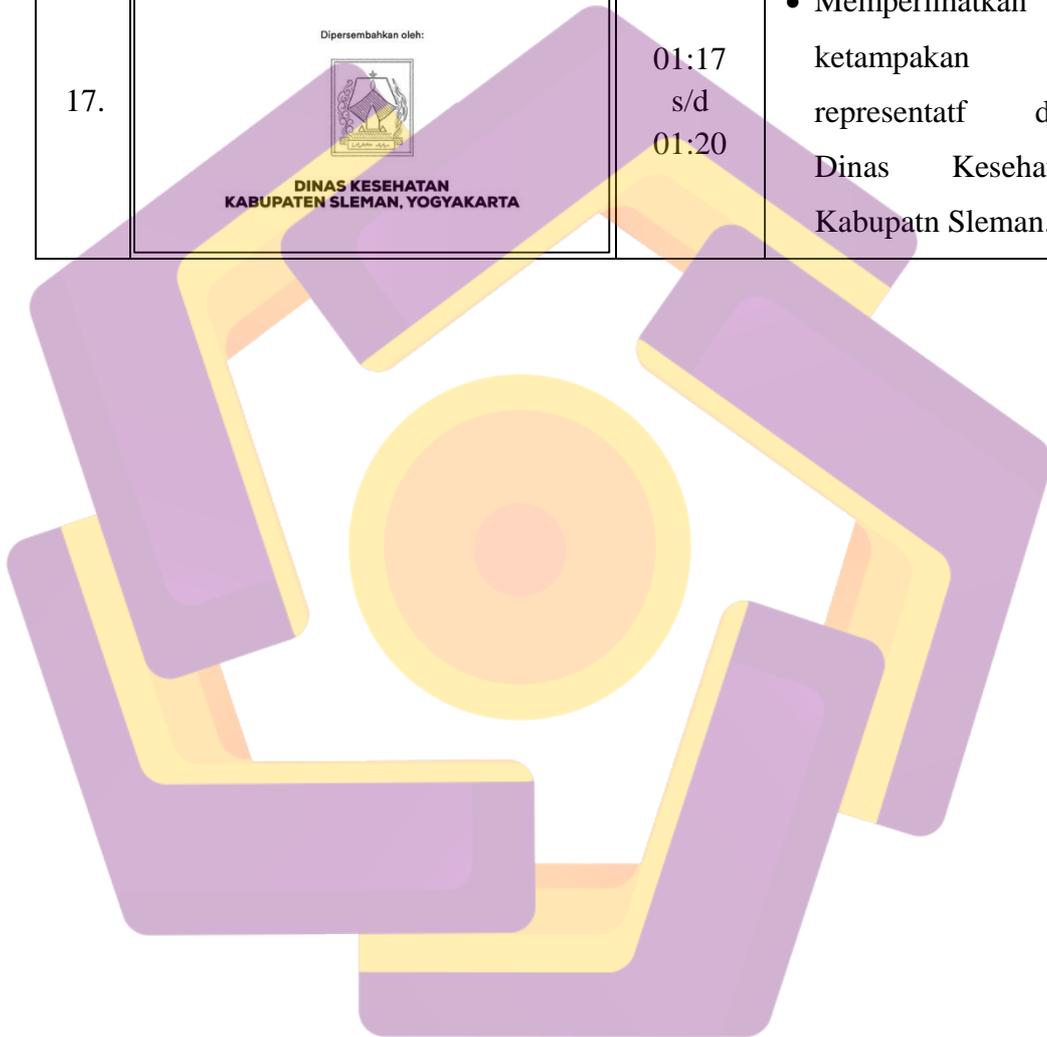
			didekatnya) dan teks penegas.
8.		00:35 s/d 00:40	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan seseorang yang meminum minuman beralkohol sambil sempoyongan disertai beberapa jenis minuman beralkohol lainnya didekatnya dan teks penegas. • Memperllihatkan ketampakan seseorang yang sedang merokok sambil memegang sebatang rokok, mengeluarkan asap rokok disertai asbak dan sebungkus rokok lainnya didekatnya dan teks penegas.
9.		00:40 s/d 00:44	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan seseorang yang sedang menonton TV hingga larut malam dengan

			<p>gestur terduduk lesu dan lemas, mata sayu serta kantung mata hitam dan teks penegas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memerlihatkan ketampakan seseorang yang sedang tertekan/stres dengan raut muka marah, memukul meja serta serampangan menggunakan mouse dan teks penegas.
10.		00:44 s/d 00:47	<ul style="list-style-type: none"> • Memerlihatkan ketampakan layar laptop diatas meja yang menampilkan scene-scene sebelumnya yang kemudian ditunda/stop lalu dilanjutkan dengan scene-scene berikutnya, sebuah ruangan, makanan, minuman, buku dan alat tulis.

11.		00:47 s/d 00:50	<ul style="list-style-type: none"> • Muncul teks bertulis: “POLA HIDUP SEHAT”.
12.		00:50 s/d 00:58	<ul style="list-style-type: none"> • Memperlihatkan ketampakan sebuah alat timbangan badan dimana jarumnya menunjuk pada area hijau yang bermakna berat badan wajar/ aman/ ideal. • Memperlihatkan ketampakan seseorang yang sedang berlari ditempat diatas <i>treadmill</i>. • Memperlihatkan ketampakan buah-buahan, sayur sayuran dan air putih/ mineral.
13.		00:58 s/d 01:02	<ul style="list-style-type: none"> • Memperlihatkan ketampakan jenis-jenis minuman beralkohol yang

			<p>diberi simbol “NO” <i>Sign</i> di depannya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan sebatang rokok yang mengeluarkan asap, asbak dengan sisa rokok, dan sebungkus bungkus rokok yang diberi simbol “NO” <i>Sign</i> di depannya.
14.		<p>01:02 s/d 01:06</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan seseorang yang tertidur pulas, dengan simbol “Z” yang bermunculan diatas kepalanya. • Memperllihatkan ketampakan seseorang yang melakukan meditasi.
15.		<p>01:06 s/d 01:12</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Memperllihatkan ketampakan beberapa orang yang mengajak untuk memulai pola hidup sehat.

16.		01:12 s/d 01:17	<ul style="list-style-type: none">• Memperlhatikan ketampakan jantung hati yang tersenyum.
17.	<p>Dipresentasikan oleh:</p>  <p>DINAS KESEHATAN KABUPATEN SLEMAN, YOGYAKARTA</p>	01:17 s/d 01:20	<ul style="list-style-type: none">• Memperlhatikan ketampakan representatif dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman.

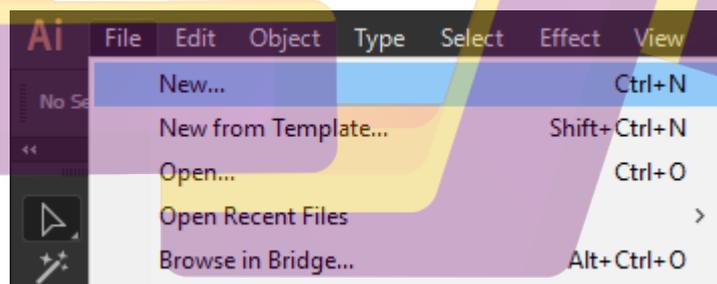


3.4.1.4 Pembuatan Elemen Grafis

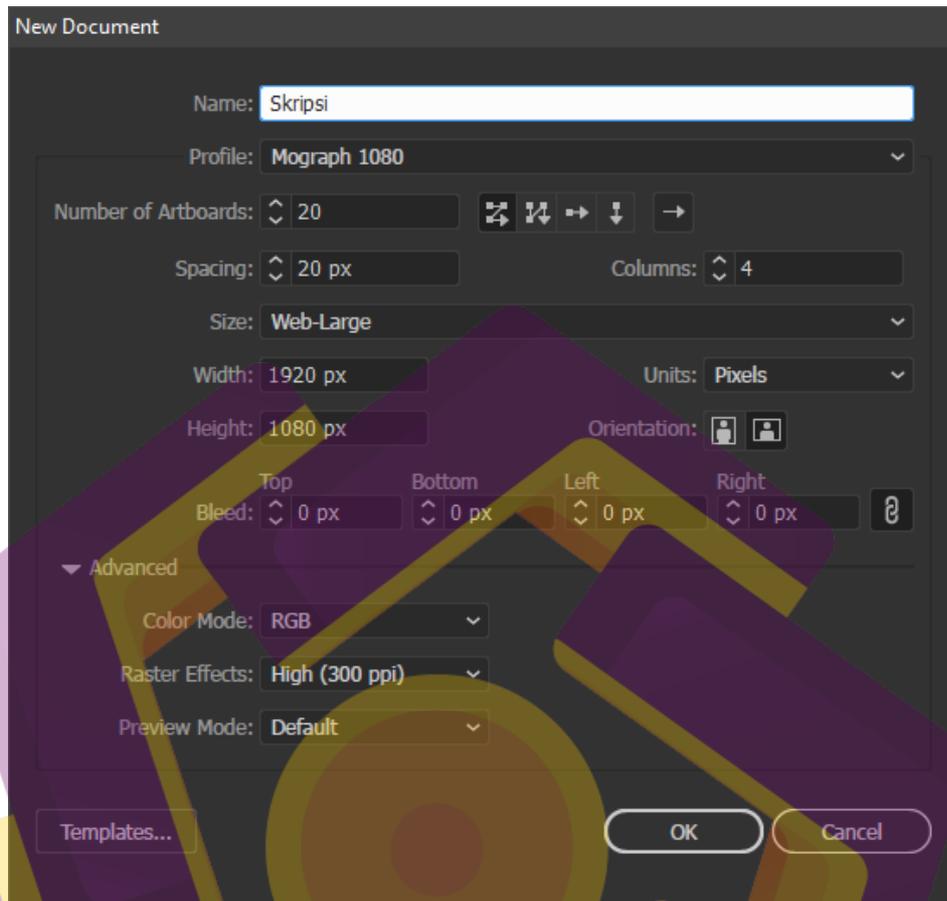
Setelah gambar kasar selesai dibuat pada *storyboard* kemudian dilanjutkan kedalam proses menggambar vektor dengan menggunakan gambaran kasar *storyboard* sebagai acuan pembuatan elemen-elemen grafisnya (menjiplak).

Pembuatan elemen grafis dilakukan sesuai dengan ketampakan yang ada pada setiap ilustrasi pada *storyboard*, namun penulis hanya akan menjadikan satu panel storyboard yakni panel pertama sebagai contoh karena proses menggambar vektor yang akan dilalui kurang lebih sama untuk semua ilustrasi panel yang ada pada *storyboard*.

Untuk memulai menggambar di Illustrator pertama-tama perlu dibuat fail baru dengan cara klik pada menu bar; *File > New...* (Ctrl + N), kemudian akan muncul jendela "*New Document*" berisi opsi untuk menentukan tetapan yang diinginkan. Setelah jendela "*New Document*" muncul, selanjutnya tetapkan tetapan yang ingin diterapkan.



Gambar 3.2 Membuat Fail Illustrator Baru



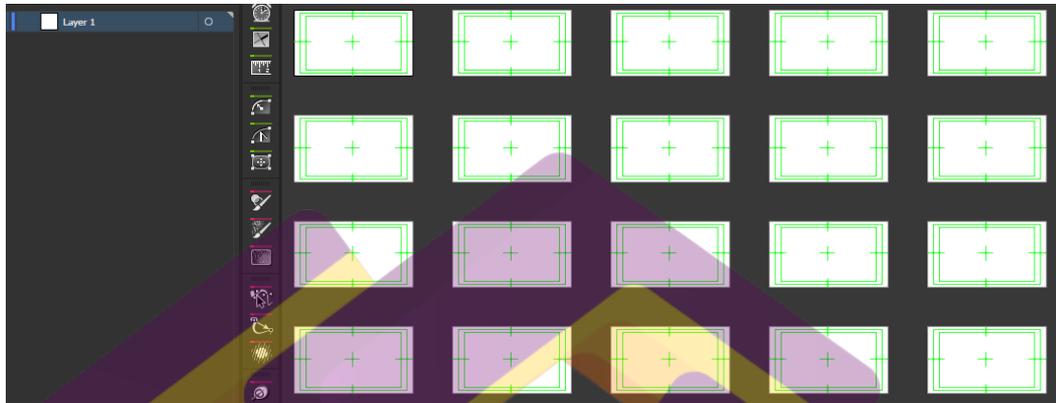
Gambar 3.3 Jendela “New Document”

Pada gambar diatas, penulis melakukan tetapan pengaturan sebagai berikut

- **Name**; Skripsi, merupakan nama fail yang akan kita buat.
- **Profile**; MoGraph (dapat dipilih setelah membuat template terlebih dahulu, ini adalah profile kustom milik penulis, dan tidak disediakan secara default oleh program).
- **Number of artboard**; 20, berfungsi untuk menentukan berapa banyak jumlah *artboard* yang ingin kita gunakan didalam fail yang akan kita buat, disampingnya terdapat simbol-simbol yang menentukan urutan *artboard* akan terlihat.

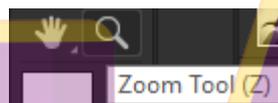
- **Spacing**; 20px, berfungsi untuk menentukan jarak antar *artboard* dalam satuan *pixel*, nantinya saat *artboard-artboard* sudah ditetapkan spasi/ jarak akan terlihat saat jendela kerja terbuka.
- **Height dan Width**; W = 1092px dan H = 1080px, berfungsi untuk menentukan ukuran dimensi tiap *artboard*, di sini penulis menggunakan ukuran HD (*High-Definitions*).
- **Unit**; adalah satuan yang digunakan menentukan ukuran dimensi dari keseluruhan *artboard* yang dibuat.
- **Orientation**; berfungsi untuk menentukan orientasi *landscape* atau *portrait* pada *artboard*, dalam pembuatan ini penulis memilih *landscape* untuk menyesuaikan dengan media siar yang akan digunakan yang mayoritas menggunakan layar lanskap.
- **Bleed**; berfungsi untuk menentukan batas tepi pada *artboard*, dalam pembuatan ini penulis tidak menentukan batas tepi tertentu.
- **Color Mode**; berfungsi untuk menentukan mode warna apa yang ingin digunakan, pada pembuatan ini penulis menggunakan RGB untuk menyesuaikan dengan media siar yang akan digunakan yakni berbasis digital (web), bila ingin digunakan pada media cetak CMYK menjadi pilihan yang tepat.
- **Preview Mode**; berfungsi untuk menentukan pratinjau yang akan digunakan saat membuat grafis, pratinjau *default* adalah yang paling relevan karena kita belum memiliki gambaran sehingga belum perlu menggunakan pratinjau lainnya.

Setelah segala sesuatu ditentukan selanjutnya klik “OK” dan panel-panel *artboard* segera ditampilkan dan siap untuk dikerjakan.



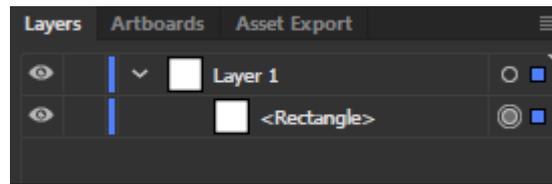
Gambar 3.4 Panel-panel *Artboard*

Sekarang menggambar *vector* sudah dapat dimulai, untuk memulai pastikan pilih *artboard* yang ingin digambar, dalam menggambar grafis ini penulis menggunakan *artboard* pertama yang berada di pojok paling kiri atas, lakukan pembesaran ketampakan *artboard* dengan menggunakan *zoom tool* (Z) atau dengan klik ikon berikut.



Gambar 3.5 *Zoom Tool*

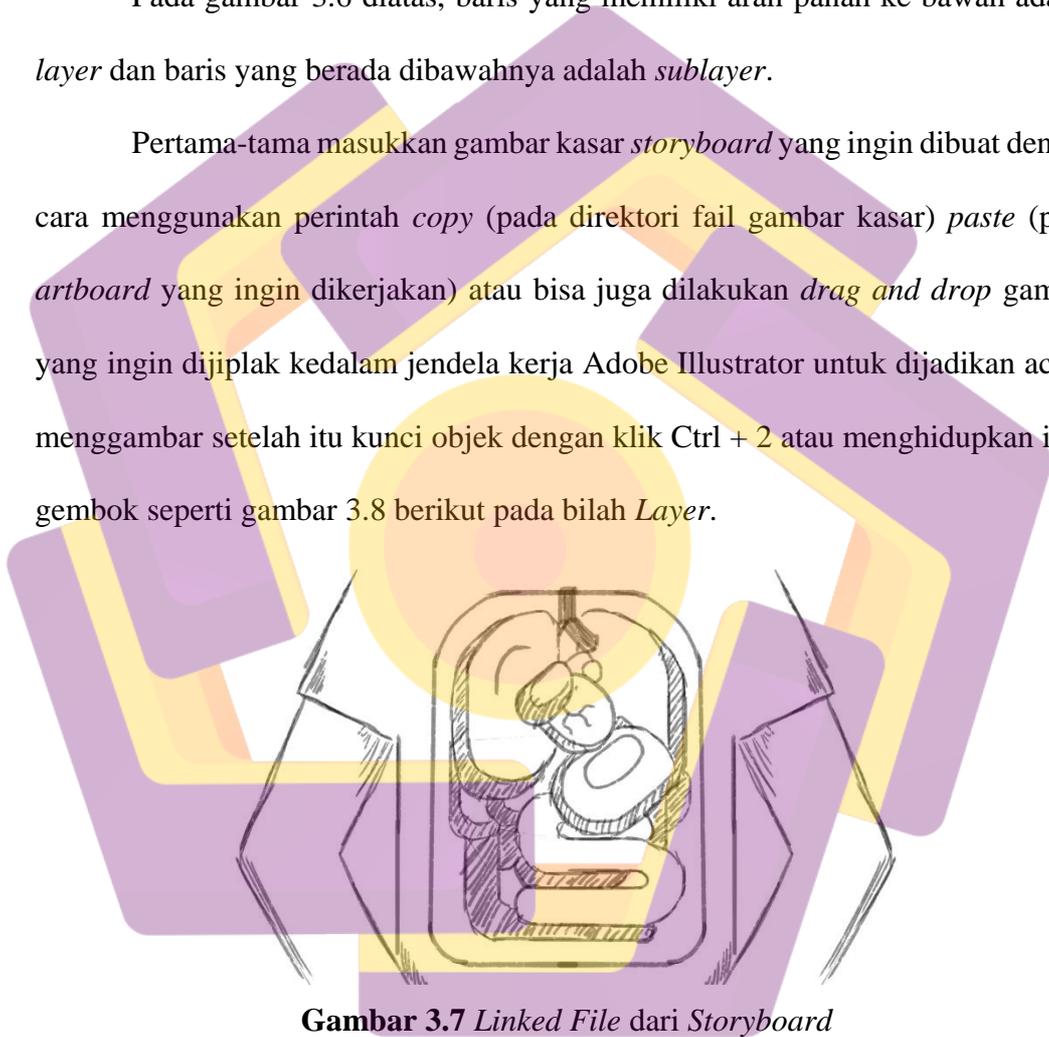
Untuk melakukan pembesaran ketampakan aktifkan *zoom tool* setelah itu klik pada area *artboard* dan seret kursor *zoom tool* kearah luar, lakukan hingga besaran ketampakan sesuai dengan keinginan. Setelah ketampakan *artboard* sesuai dengan keinginan, maka siap untuk membuat gambar vektor pada *artboard*, *layer* pertama otomatis terbuat pada saat pertama kali dokumen dibuat, menggambar pada *artboard* akan membuat *sublayer* secara otomatis.



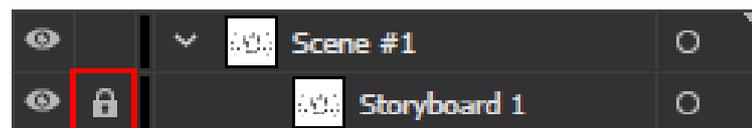
Gambar 3.6 Layer dan Sublayer

Pada gambar 3.6 diatas, baris yang memiliki arah panah ke bawah adalah *layer* dan baris yang berada dibawahnya adalah *sublayer*.

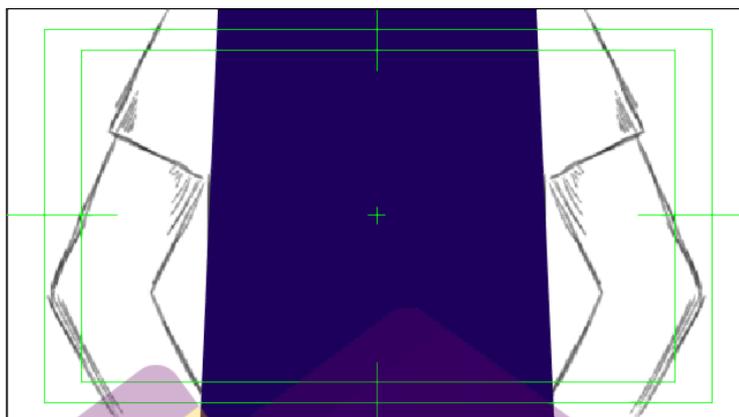
Pertama-tama masukkan gambar kasar *storyboard* yang ingin dibuat dengan cara menggunakan perintah *copy* (pada direktori fail gambar kasar) *paste* (pada *artboard* yang ingin dikerjakan) atau bisa juga dilakukan *drag and drop* gambar yang ingin dijiplak kedalam jendela kerja Adobe Illustrator untuk dijadikan acuan menggambar setelah itu kunci objek dengan klik *Ctrl + 2* atau menghidupkan ikon gembok seperti gambar 3.8 berikut pada bilah *Layer*.



Gambar 3.7 Linked File dari Storyboard



Gambar 3.8 Ikon Kunci/ Lock



Gambar 3.9 Objek Badan

Pada gambar 3.9 penulis membuat bentuk persegi atau *Rectangle Tool* (Ctrl + M).

Sebagai representasi bentuk dari badan seseorang, sesuaikan jiplakan



Gambar 3.10 *Rectangle Tool*

bentuk persegi dengan bentuk gambar yang telah dibuat dengan menyeleksi *point-point* yang berada pada sudut objek yang perlu disesuaikan dengan menggunakan *Direct Selection Tool* (A).



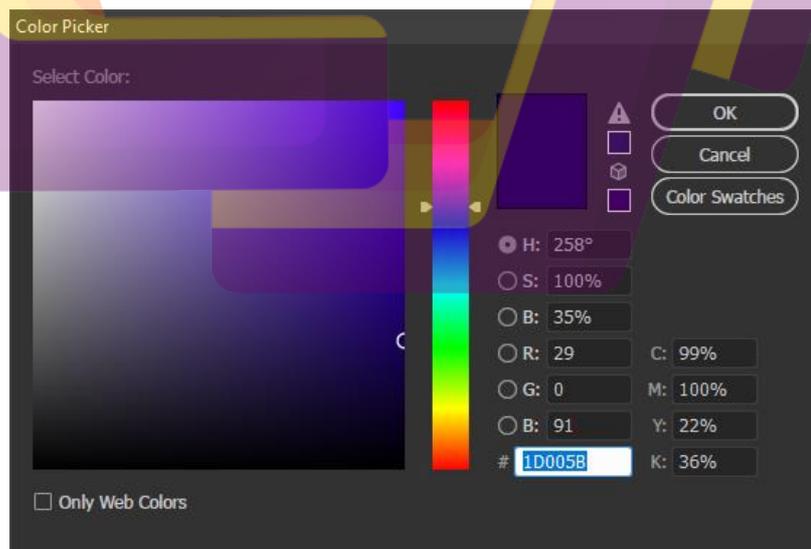
Gambar 3.11 *Direct Selection Tool*

untuk mengubah warna pada persegi, seleksi objek dengan menggunakan *Selection Tool* (V) (ikon disebelah kiri *Direct Selection Tool*) kemudian arahkan kursor menuju kiri bawah dan temukan simbol seperti dibawah ini, klik pada bagian *fill* untuk mengubah warna isian atau klik pada bagian *stroke* untuk mengubah warna garis.



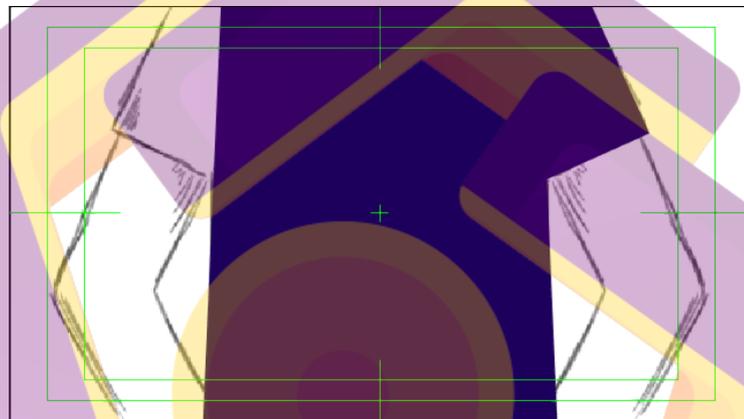
Gambar 3.12 *Stroke dan Fill*

Pada gambar 3.12 diatas *fill* adalah bagian berwarna putih (kotak penuh), warnanya bisa berubah sesuai dengan warna yang nantinya kita pilih, bagian hitam adalah *stroke* (kotak berongga) memiliki sifat yang sama dengan fill, tiga kotak dibawahnya berturut-turut adalah *color*, *gradient* dan *none*, *color* berfungsi memberi warna (*fill/ stroke*) berupa warna tunggal, *gradient* berfungsi memberi warna berupa majemuk dalam bentuk gradasi/ spektrum, *none* berfungsi meniadakan warna . Untuk mengubah warna cukup klik dua kali pada bagian (*fill/ stroke*) yang ingin disesuaikan warnanya, setelah itu akan muncul jendela *Color Picker*, seret lingkaran serta anak panah yang tersedia di area warna dan mulailah menyesuaikan.



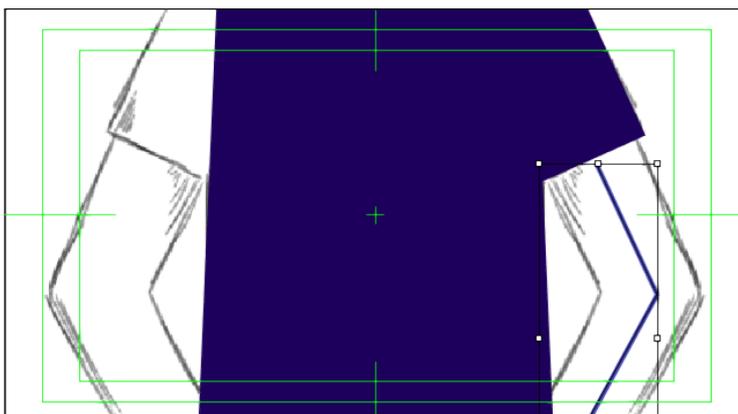
Gambar 3.13 *Jendela Color Picker*

Selanjutnya lakukan hal yang sama untuk membuat lengan atas dengan menggunakan *Rectangle Tool*, bisa juga menggunakan *Pen Tool* (P) lalu menjiplak bentuknya bila diperlukan penyesuaian rotasi, klik (R) pada *keyboard*, bila diperlukan penyesuaian skala/ ukuran objek klik (S) pada *keyboard*, untuk melakukan penyesuaian posisi hanya perlu menyeret objek atau menggunakan arah panah/ *arrow keys* pada *keyboard*.

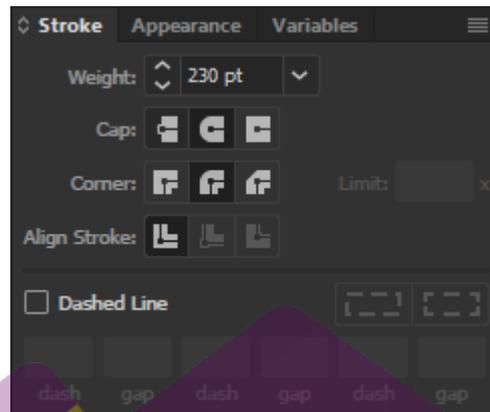


Gambar 3.14 Objek Badan dan Lengan Atas

Kemudian dilanjutkan membuat lengan bawah, untuk lengan bawah penulis menggunakan *stroke* untuk membuat bentuk inisiasi yang dibuat dengan *Pen Tool*, setelah *Pen Tool* aktif mulailah klik pada titik area-area yang perlu dibuat garis, setelah bentuk inisiasi dibuat kemudian lebarkan ukuran *stroke* dengan mengatur jumlah besaran pada bilah *Stroke* (bila belum tampil di jendela kerja dapat di ditampilkam dengan klik *View > Strokes* pada Menu Bar).

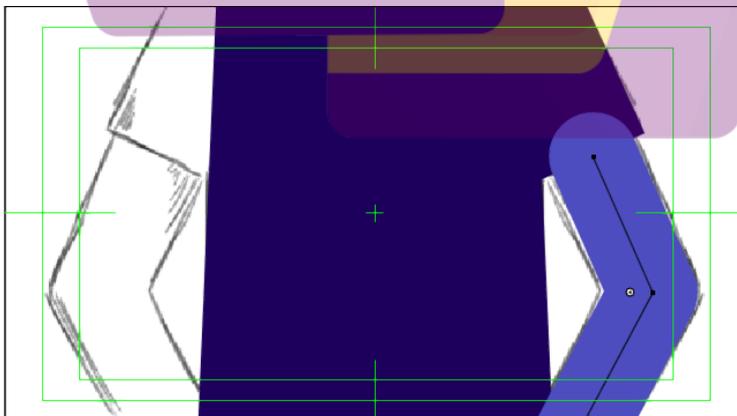


Gambar 3.15 Objek Inisiasi Lengan Bawah



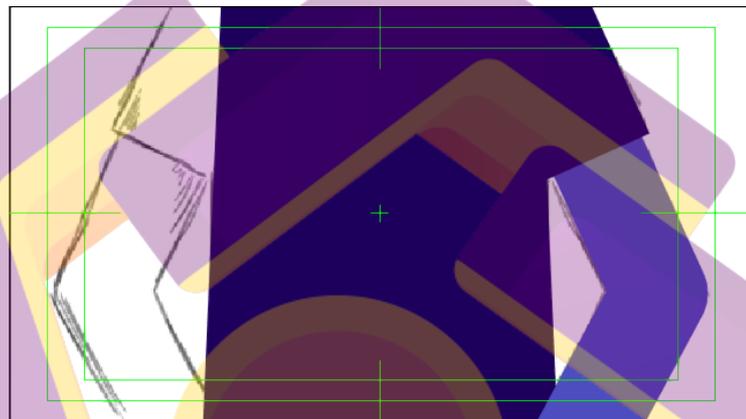
Gambar 3.16 Bilah Jendela *Stroke*

Weight digunakan untuk menentukan lebar/ besarnya *stroke*, *Cap* digunakan untuk menentukan jenis ujung pada *stroke*, *Corner* untuk menentukan jenis sudut *stroke*, *Align Stroke* digunakan untuk menentukan tata letak masa *stroke* (didalam, diluar, ditengah) tetapi ini hanya dapat dipilih apabila membuat *stroke* tertutup atau objek tertutup artinya poin pertama dan terakhir vektor saling terhubung dalam pembuatan lengan ini poin pertama dan terakhir tidak terhubung sehingga opsi tidak dapat dipilih, *Dashline* untuk membuat pola patah-patah pada *stroke* namun itu juga tidak diperlukan tetapi apabila diperlukan dapat dilakukan *tick mark* pada persegi yang tersedia.



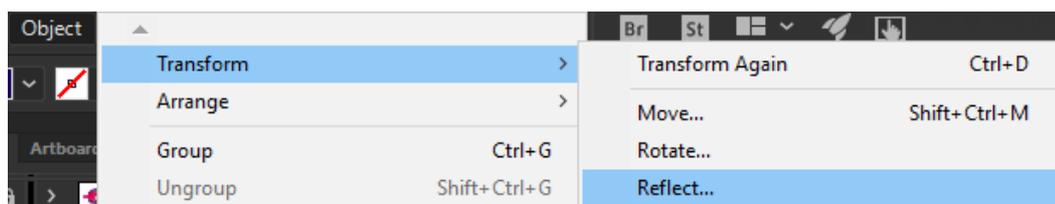
Gambar 3.17 Objek Inisiasi Lengan Bawah 02

Setelah lebar *stroke* sudah ditentukan maka tampilannya akan terlihat seperti gambar 3.17 di atas. Sesuaikan posisi lengan bawah dibawah lengan atas dengan cara klik Ctrl + X pada objek lengan bawah menggunakan *Selection Tool* kemudian seleksi lengan atas dan klik Ctrl + B untuk menempelkan lengan bawah dibawah lengan atas sehingga tampilannya seperti gambar 3.18.

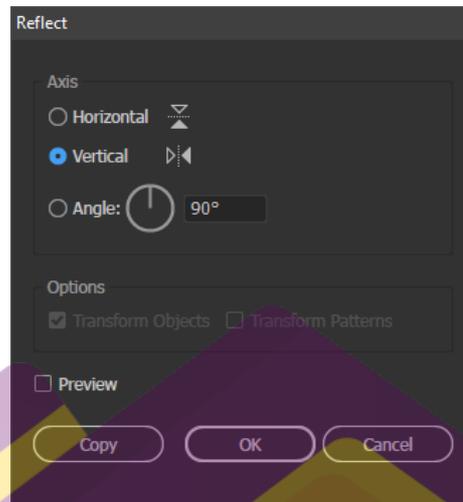


Gambar 3.18 Objek Lengan

Setelah lengan selesai dibuat, buatlah salinanya untuk ditempatkan pada lengan yang lain, lakukan grup pada lengan dengan cara menyeleksi keseluruhan bagian lengan dengan *Selection Tool* setelah terseleksi klik Ctrl + G untuk menyatukan bagian-bagian objek kedalam grup, setelah itu klik Ctrl + C kemudian Ctrl + F seret lengan yang sudah disalin ke sisi lainnya setelah itu lakukan transformasi refleksi.

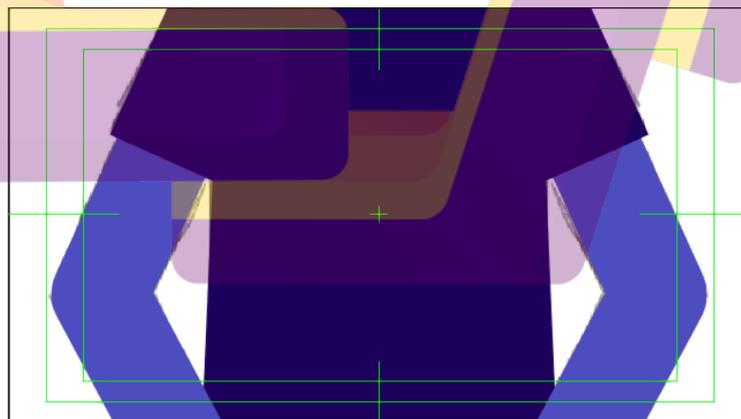


Gambar 3.19 Alur Melakukan *Reflect*



Gambar 3.21 Jendela *Reflect*

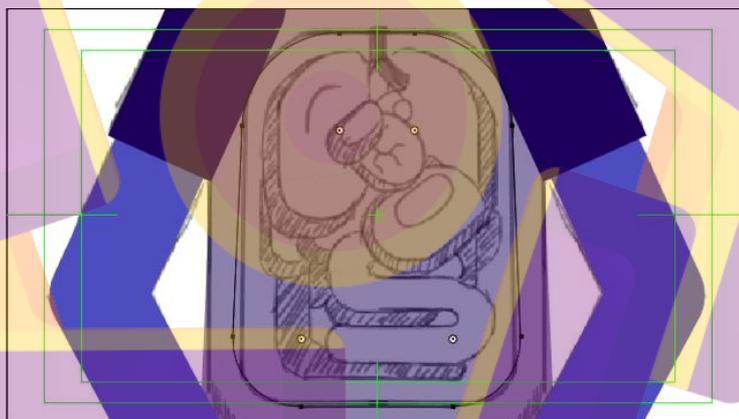
Horizontal, digunakan untuk me-reflect objek berdasarkan orientasi horisontal, *Vertical*, digunakan untuk me-reflect objek berdasarkan orientasi vertikal, kotak *Preview* digunakan untuk melihat pratinjau, jika ingin menambahkan hasil *reflect* sebagai salinan pilih *Copy*, tetapi karena objek lengan telah disalin sebelumnya, maka tidak perlu klik *Copy*, langsung pilih *OK*, lakukan *reflect* sehingga tampilan lengan dan kenampakan terlihat seperti pada gambar 3.22.



Gambar 3.22 Lengan Setelah Di-reflect

Sekarang akan dibuat gambaran ketampakan organ dalam, agar kita tetap dapat melihat gambar *storyboard* yang telah kita jadikan acuan menggambar, tetapkan transparansi pada angka 50% sehingga objek badan akan terlihat setengah transparan dan memungkinkan kita untuk menjiplak bentuk dari gambar *storyboard*, untuk melakukannya pilih bilah jendela *Transparency* dan isikan 50% pada kotak yang tersedia.

Setelah itu kunci objek badan dengan cara yang sama seperti yang dilakukan sebelumnya, lakukan pula pada kedua lengan (atas, bawah, kanan, kiri) agar tidak mengganggu saat membuat objek lain di atasnya, untuk membuat rongga buatlah persegi, sama seperti pada saat membuat objek badan.



Gambar 3.20 Objek Inisiasi Area Rongga

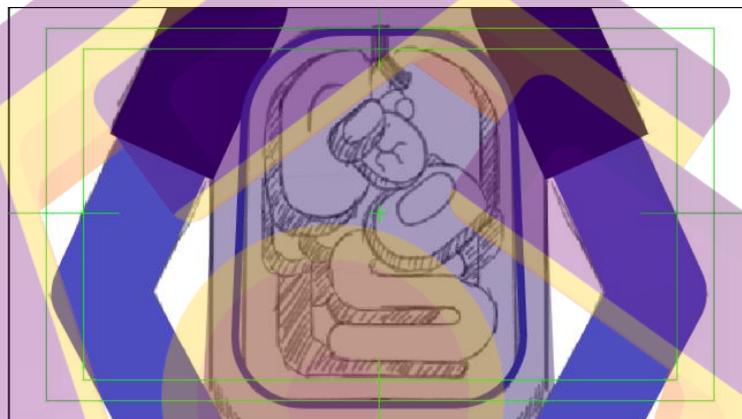
Objek selanjutnya yang akan dibuat adalah area rongga dalam, buatlah objek tersebut dengan menggunakan *Rectangle Tool* atau *Pen Tool*, bila terbentuk *fill* perlu dilakukan pertukaran *fill* menjadi *stroke* dengan cara menekan simbol



Gambar 3.21
Simbol *Swap Fill*
and *Stroke*

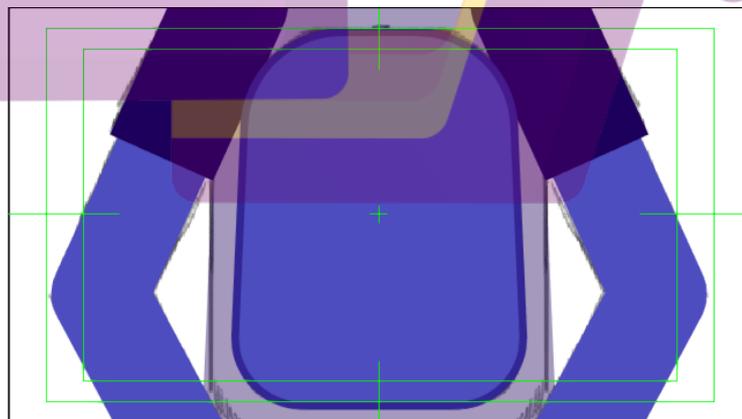
panah berkepala dua menekuk seperti gambar 3.21 demikian pula bila diperlukan penyesuaian sebaliknya.

Setelah itu akan terbentuk objek dengan sudut-sudut yang runcing, untuk membuat tumpul sudut-sudut seperti pada gambar diatas, klik titik-titik putih yang muncul pada bagian dalam objek (di dekat sudut-sudut) dan seret ke arah dalam, sesuaikan warna dan besar/ ketebalan *stroke*.



Gambar 3.22 Objek Inisiasi Area Rongga

Setelah rongga dibuat pertebal *stroke* dan ubah warna *stroke* untuk menyesuaikan dengan warna sekitar agar senada.



Gambar 3.23 Objek Area Rongga

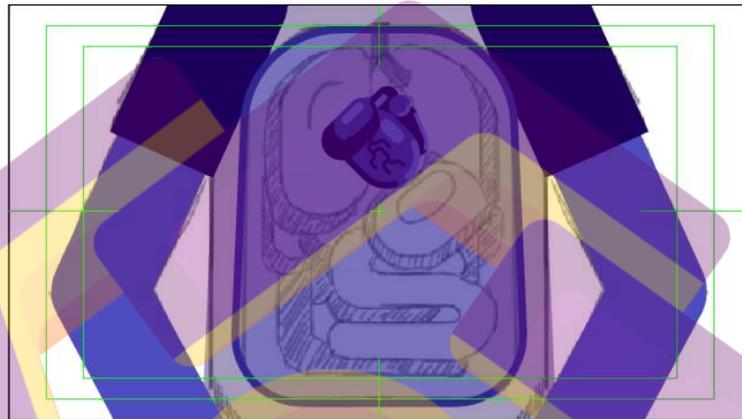
Setelah rongga dibuat (dalam bentuk *stroke*), klik Ctrl + C rongga tersebut untuk menyalin dan buat salinannya dibelakang rongga yang sudah dibuat klik Ctrl + B agar posisinya berada pada objek rongga sebelumnya kemudian setelah dilakukan pertukaran *stroke* menjadi *fill*, maka rongga akan terlihat seperti gambar Gambar 3.23.



Gambar 3.24 Penerapan Transparansi pada Objek Area Rongga

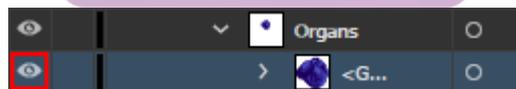
Karena kita akan membuat organ-organ tubuh berdasarkan gambar *storyboard* lakukan pengubahan transparansi menjadi 30% pada objek area rongga agar tembus pandang sehingga memungkinkan untuk melakukan jiplakan gambar *storyboard*, setelah itu lakukan juga penguncian objek rongga menggunakan cara yang sama seperti yang telah diterangkan sebelumnya.

Setelah gambar pada *storyboard* terlihat, buatlah objek jantung menggunakan *Pen Tool* dengan menjiplak gambar pada *storyboard*, lakukan dengan cara yang sama seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, gunakan *Pen Tool* untuk membuat garis dan poin menyerupai sketsa pada *storyboard*.



Gambar 3.25 Objek Jantung

Setelah objek jantung selesai dibuat, lakukan grup kepada setiap bagian dari objek jantung agar bagian bagian dari objek jantung menjadi satu kesatuan. Setelah itu sembunyikan (*hide*) grup objek jantung dengan cara menonaktifkan ikon mata yang ada pada sisi kiri bilah layer yang mengandung grup objek jantung dengan klik ikon mata tersebut sehingga tersembunyi/ tidak terlihat, ini dilakukan agar objek yang lain dapat digambar dengan cara yang sama (menjiplak) tanpa dihalangi oleh objek yang sudah dibuat.



Gambar 3.26 Ikon *Layer Visibility*