

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang cepat saat ini tidak hanya memberikan dampak baik untuk pengguna teknologi informasi, namun juga dapat memberikan dampak yang tidak baik. Penyampaian akan informasi yang begitu cepat dan mudah melalui beberapa media sosial justru tidak dapat disaring dengan baik dalam memilih setiap informasi yang ada.

Informasi yang disajikan oleh berbagai macam pihak melalui media sosial yang sudah tersebar dan dinikmati oleh banyak orang dapat mempengaruhi keadaan pikiran dan perasaan mereka. Kurang akuratnya sumber informasi yang disajikan dapat memberikan dampak yang tidak baik bagi banyak orang. Informasi yang tidak memiliki kejelasan asal sumber dan bisa dikatakan informasi bohong atau biasa disebut dengan *hoax*. Dengan menambahkan judul informasi yang terkesan mengandung pesan provokatif, masih banyak orang yang menangkap informasi tersebut secara mentah tanpa melihat atau mencari dasar sumber informasi tersebut sehingga banyak terdapat pesan – pesan negatif, fitnah dan ujaran kebencian yang diterima oleh pembaca informasi tersebut. Hal ini dapat menjadi senjata untuk menyerang objek yang terdapat dalam informasi *hoax* tersebut sehingga pihak yang diserang merasa terancam, takut, bahkan dapat

merugikan pihak lain dalam pencemaran nama baik dan dapat merugikan secara materi.

Oleh karena itu perlu suatu tayangan yang dapat memberi kesadaran terhadap dampak penyalahgunaan sebuah informasi. Solusi untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan merancang dan membuat iklan layanan masyarakat yang berisi tentang penjelasan tentang penggunaan media informasi dengan benar, serta saran agar masyarakat umum sadar bahwa harus pintar dalam memilih informasi dengan mengetahui kebenaran sumber informasi terlebih dahulu.

Penggunaan teknik *live shoot* digunakan untuk pengambilan video ilustrasi iklan layanan masyarakat yang diperankan oleh model dan penggabungan dengan teknik *motion graphic* untuk menampilkan informasi bantuan yang berisi informasi seputar *hoax* dan informasi bantuan lainnya di dalam iklan. Dengan adanya penggabungan antara *live shoot* dan *motion graphic* diharapkan tampilan iklan layanan masyarakat "*STOP HOAX !*" akan lebih membantu dalam penyampaian informasi kepada masyarakat yang melihat. Diharapkan dengan adanya iklan layanan masyarakat ini, masyarakat lebih berhati – hati dalam memilih informasi dan jangan menerima informasi secara mentah tanpa mengetahui sumber kebenaran informasi yang ada.

Dalam peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 69 Tahun 2015 Tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Komunikasi dan Informatika Tanggal 2 September 2015 menetapkan bahwa Dinas

Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai tugas melaksanakan penyusunan kebijakan teknis dan pelaksanaan kebijakan Daerah Istimewa Yogyakarta di bidang komunikasi, informatika, kehumasan, pos dan telekomunikasi serta kewenangan dekonsentrasi dan tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah. [1]

Dengan bantuan publikasi iklan layanan masyarakat oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam skripsi yang berjudul **“PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “STOP HOAX !” PADA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK LIVE SHOOT DAN MOTION GRAPHIC”** diharapkan lebih mudah untuk menyalurkan informasi iklan layanan masyarakat tersebut khususnya kepada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta tentang bahaya penyalahgunaan informasi yang dapat merugikan diri sendiri maupun pihak lain.

Pada dasarnya kepekaan masyarakat terhadap bahaya *hoax* berbeda – beda, maka perancangan iklan layanan masyarakat tentang *hoax* ini hanya sebagai alat bantu untuk memberi pernyataan bahwa betapa berbahaya ketika salah dalam menikmati informasi yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “ Bagaimana cara membuat Iklan Layanan Masyarakat “*Stop Hoax !*” Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* ?”

1.3 Batasan Masalah

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

1. Video iklan ini menggunakan teknik *live shoot* dan *motion graphic*.
2. Pembuatan iklan layanan masyarakat ini berisi tentang informasi mengenai bahaya *hoax* dan himbauan kepada masyarakat untuk cerdas dalam memilih informasi.
3. Durasi iklan 1 menit.
4. Publikasi iklan pada akun media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, meliputi akun Instagram (@kominfodiy), Twitter (@kominfodiy), dan Facebook (Kominfo DIY).
5. Pembuatan iklan layanan masyarakat ini melewati beberapa tahapan pembuatan, meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merancang dan membuat iklan layanan masyarakat tentang bahaya *hoax* yang bertujuan untuk menjelaskan kepada masyarakat terhadap penggunaan media informasi yang bijak agar terhindar dari tindakan penyalahgunaan informasi.
2. Membantu Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam proses sosialisasi tentang bahaya penyalahgunaan informasi, menyebar informasi provokatif dan *hoax* melalui iklan layanan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi portofolio bagi penulis dalam menerapkan ilmu serta materi yang telah dipelajari pada kegiatan pembelajaran di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA, serta implementasi hasil iklan layanan masyarakat kepada masyarakat umum.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa yang akan menjadikan penelitian ini sebagai referensi penelitian di kemudian hari.

3. Bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membantu Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam melakukan sosialisasi di masyarakat umum, khususnya untuk menjelaskan dampak penyalahgunaan informasi dan agar masyarakat terhindar dari informasi *hoax*.

4. Bagi Masyarakat Luas

Penjelasan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat umum terhadap bahaya *hoax*, sehingga masyarakat dapat memilih sebuah informasi dengan baik dan benar tanpa adanya informasi yang mengandung informasi *hoax* dalam informasi yang masyarakat terima.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara bertujuan untuk menanyakan atau mencari informasi kepada objek penelitian yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun poin – poin pada perancangan dan pembuatan iklan, serta mendapatkan solusi bersama dari masalah yang diangkat pada penelitian tersebut.

2. Metode Studi Pustaka

Mencari informasi tambahan dari berbagai sumber meliputi referensi dari internet, buku, jurnal, artikel, dan penelitian yang mengangkat tema serupa yang berguna untuk menambah referensi dalam menyusun skripsi.

3. Metode Kuesioner

Mengumpulkan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada orang lain untuk menilai hasil penelitian ini.

1.6.2 Metode Pengembangan

Metode pengembangan iklan layanan masyarakat “STOP HOAX !” ini adalah dengan menggabungkan antara teknik pengambilan video secara *live shoot* dan teknik *motion graphic*. Pada metode ini terdapat tahapan – tahapan yang dilakukan untuk menyusun dan membuat iklan layanan masyarakat tersebut. Tahapan tersebut meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

1.6.3 Implementasi

Pada tahap ini iklan layanan masyarakat “STOP HOAX !” melalui tahap pengujian dengan melakukan penayangan iklan kepada objek penelitian yaitu Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, serta penayangan iklan melalui akun media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta, meliputi akun Instagram (@kominfodiy), Twitter (@kominfodiy), dan Facebook (Kominfo DIY).

1.7 Sistematika Penelitian

Agar penyajian laporan penelitian terstruktur dan lebih mudah dimengerti, maka dibuat sistematika penelitian yang disusun berdasarkan pokok – pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka, konsep dasar video, konsep dasar iklan, iklan layanan masyarakat, *motion graphic*, *live shoot*, produksi iklan layanan masyarakat.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi profil objek penelitian, pengumpulan data, analisis masalah, solusi yang diberikan, analisis kebutuhan, tahap pra produksi.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas proses tahapan membuat iklan layanan masyarakat, meliputi tahap produksi, pasca produksi dan implementasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab yang terakhir ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari topik penelitian yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA Berisi daftar sumber – sumber data penelitian yang digunakan untuk referensi dalam penyusunan skripsi.

LAMPIRAN

