

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan suatu inovasi-inovasi baru seiring pola pikir manusia yang terus berubah ke arah yang lebih maju. Perkembangan teknologi informasi dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satunya pemanfaatan internet, khususnya jejaring sosial untuk promosi dan periklanan.

Periklanan melalui media televisi adalah media yang paling komunikatif karena pada sebuah iklan televisi menggunakan berbagai komposisi seperti audio, video, gambar dan teks. Namun, seperti yang kita ketahui biaya iklan di televisi tidaklah murah, karena itu saat ini banyak perusahaan maupun perseorangan yang melakukan promosi barang atau jasanya melalui media internet khususnya melalui jejaring sosial yang bahkan tidak dipungut biaya.

UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang mempunyai program dan kampanye untuk melindungi serta melestarikan habitat laut, oleh karena itu mereka dituntut untuk memperluas kampanye dan kegiatan mereka. Meskipun sudah melakukan periklanan dengan membuat beberapa akun di jejaring sosial dan melakukan sosialisasi di beberapa acara kampus, serta ikut aktif dalam membuat mading kampus.

Disamping aktif di dalam kampus, UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang juga cukup aktif dalam acara-acara kegiatan pecinta alam diluar kampus, terlebih mereka mempunyai beberapa acara tahunan yang diikuti tidak

hanya pecinta alam dari dalam negeri seperti acara Konservasi Terumbu Karang, dan itu adalah kesempatan yang baik untuk mensosialisasikan program dan kampanye UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang dengan menggunakan media presentasi yang menarik, sehingga peserta dengan segera dapat menangkap maksud dan tujuannya.

Video animasi adalah salah satu media yang bisa digunakan tidak hanya untuk presentasi, namun juga bisa digunakan untuk sosialisasi melalui jejaring sosial maupun untuk pemanfaatan dengan media lainnya.

Melihat ada beberapa permasalahan di atas penulis terdorong untuk melakukan Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat “*Save Our Blue*” untuk Media Broadcast dan Jejaring Social pada UKM Selam Universitas Diponegoro.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka yang menjadi masalah utama UKM Selam Universitas Diponegoro adalah kurangnya media untuk sosialisasi kegiatan maupun kampanye pelestarian habitat laut, khususnya melalui media broadcast dan media sosial. Oleh karena itu yang menjadi rumusan masalah adalah “Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat *Save Our Blue* untuk Media Broadcast dan Jejaring Sosial pada UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang.

1.3 Batasan Masalah

Maka perlu dibuat suatu batasan masalah untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini agar persoalan yang dihadapi lebih terarah dan dapat dicari pemecahan masalah yang optimal. Adapun batasan masalah tersebut diantaranya : iklan ini berdurasi 60 detik, dibuat dengan menggunakan teknik *motion graphic*

1.4 Tujuan Masalah

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Merancang sebuah iklan animasi yang sesuai dengan kebutuhan kegiatan dan program kampanye UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang.
2. Mengajak khalayak umum untuk ikut berpartisipasi dalam melindungi dan menjaga habitat laut.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan antara lain adalah :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Dapat menambah dan memperdalam pengetahuan atas teori yang pernah didapat, khususnya pengetahuan dan teknik dari perancangan dan pembuatan sebuah iklan animasi
 - b. Memperoleh gambaran nyata tentang pentingnya untuk mulai sadar menjaga dan melindungi habitat laut
 - c. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Teknik Informatika STMIK "AMIKOM" Yogyakarta.

2. Manfaat bagi UKM Selam Universitas Dipenegoro Semarang :

- a. Sebagai media presentasi dan publikasi kegiatan sosialisasi dan kampanye UKM Selam Universitas Dipenegoro Semarang.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan studi pencarian fakta dan pengumpulan data untuk memecahkan permasalahan yang ada, beberapa metode pendekatan yang digunakan antara lain:

- a. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada ketua dan anggota UKM Selam Universitas Dipenegoro Semarang yang berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu mencari data tentang kegiatan dan aktifitas UKM Selam Universitas Dipenegoro Semarang untuk memperoleh data yang konkrit dan lengkap sebagai bahan analisa dan penelitian

- b. Pengamatan langsung

Penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu tentang perusakan habitat laut yang terjadi disekitar pantai Semarang dan disekitar wilayah pantai Karimun Jawa, Jepara.

- c. Metode Kearsipan

Metode ini meneliti data-data yang diperoleh dari arsip-arsip UKM Selam Universitas Dipenegoro Semarang maupun dari sumber-sumber organisasi pecinta alam di beberapa daerah di Semarang.

d. Perpustakaan

Yaitu cara yang dilakukan dengan membaca buku-buku, majalah-majalah dan lain-lainya untuk mendapatkan dasar-dasar teoritis tentang pembuatan iklan animasi.

e. Analisis

Merangkum beberapa gejala yang terlihat maupun yang sudah tersip untuk dievaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diangkat sebagai sebuah cerita dalam iklan yang dibuat.

f. Perancangan

Tahap ini merupakan penggambaran bagaimana iklan dibuat. Pada tahap ini dihasilkan rancangan iklan yang sesuai dengan kebutuhan UKM Selam Universitas Diponegoro Semarang.

g. Pembuatan Animasi

Menterjemahkan hasil proses perancangan menjadi sebuah bentuk video animasi untuk kebutuhan Broadcasting maupun digunakan sebagai media promosi di jejaring sosial.

h. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan yang telah dibuat untuk ditayangkan maupun di *upload* pada jejaring sosial.

1.1 Sistematika Penelitian

Sistematika Penulisan skripsi ini diuraikan dalam beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep dasar teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan iklan layanan masyarakat dan cara menggunakan tool yang ada, serta perangkat lunak apa saja yang digunakan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bagian ini membahas tentang latar belakang pembuatan, analisis dan informasi secara keseluruhan tentang tata cara dan pembuatan iklan layanan masyarakat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menampilkan hasil uji coba iklan layanan masyarakat yang telah dibuat dalam bentuk laporan pengujian dan pembahasan dari tiap bagian yang dibuat.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup merupakan bagian terakhir yang didalamnya terdapat kesimpulan dan saran