

**ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG REDENOMINASI MATA UANG RUPIAH**

***ANIMATED ADVERTISING SERVICES SOCIETY OF RUPIAH CURRENCY
REDENOMINATION***

Wresta Permana, Auria Farantika Yogananti

Abstrak

Akhir tahun 2012 masyarakat di hebohkan dengan rencana Redominasi rupiah. Dalam rangka menciptakan sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman, dan handal Bank Indonesia melakukan suatu kebijakan yang disebut redenominasi. Adapun alasan yang melatarbelakangi Bank Indonesia melakukan redenominasi mata uang rupiah adalah karena : (1) Munculnya keresahan atas status rupiah yang terlalu rendah ketimbang mata uang lainnya, misalnya terhadap dolar, euro, dan uang global lainnya, bukan soal substansi tapi soal identitas karena kekuatan mata uang kita relatif stabil, cadangan devisa juga aman, inflasi terjaga (satu digit), investasi juga tidak ada persoalan, kinerja ekonomi kita baik. (2) Pecahan uang Indonesia yang selalu besar akan menimbulkan ketidakefisienan dan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi, karena diperlukan waktu yang banyak untuk mencatat, menghitung dan membawa uang untuk melakukan transaksi sehingga terjadi ketidakefisienan dalam transaksi ekonomi. (3) Untuk mempersiapkan kesetaraan ekonomi Indonesia dengan kawasan ASEAN dalam memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean pada tahun 2015. Dari latar belakang itulah penulis ingin membuat iklan layanan masyarakat tentang Redenominasi, dengan harapan bisa membantu masyarakat memahami apa itu redenominasi. Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Perancangan Animasi 2D iklan layanan masyarakat ini dipilih, karena bisa di Aplikasikan di televisi. Selain itu, penulis memilih membuat animasi dua dimensi (2D), karena animasi dua dimensi lebih bersifat informatif. Dibandingkan animasi tiga dimensi (3D) yang cenderung perfeksionis dan realistis(M.S. Gumelar). Mengenai hal itu penulis tertarik untuk membuat iklan layanan masyarakat bertemakan tentang redenominasi di Indonesia dengan mengandung unsur animasi 2D. Yang bertujuan untuk membantu menginformasikan kepada masyarakat agar bisa memahami apa itu redenominasi.

Kata kunci : Redenominasi, Iklan ,animasi 2D

Abstract

The end of 2012 the rupiah redenomination shocked by the plan . In order to create a payment system that is efficient, fast , safe , and reliable Bank Indonesia conducted a policy called redenominasi. Adapun reasons behind Bank Indonesia rupiah redenomination is because : (1) The emergence of concerns over the status of the rupiah is too low than the eye other currencies , such as the dollar , euro and other global currencies , not about substance but about identity because of the strength of our currency is relatively stable , foreign reserves are also safe , inflation is maintained (one digit) , the investment is also no problem , we are good economic performance . (2) Smithers Indonesian money is always going to lead to great inefficiency and discomfort in the transaction, because it takes a lot of time to record , calculate and take money to make transactions resulting in inefficiencies in economic transactions . (3) To prepare the Indonesian economic equality with the ASEAN region in entering the era of the Asean Economic Community in 2015 . Of background that the author wants to make public service announcements about the redenomination , the hope of helping people understand what the redenomination . The greatest benefits of advertising is to bring the message to be conveyed to the public by the manufacturer . The greatest benefits of advertising is to bring the message to be conveyed to the public by the manufacturer . 2D Animation design public service announcements have been , because it can Apply on television . In addition , the authors chose to make animated two -dimensional (2D) , because two-dimensional animation is more informative . Compared animated three-dimensional (3D) which tend to be perfectionists and realistic (M.S. Gumelar). Moreover , the authors are interested in creating themed public service announcements about the redenomination in Indonesia and contains elements of 2D animation . Which aims to help inform the public in order to understand what the redenomination.

Keyword: Redenomination, Advertising, 2D animation

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Tema dan Karya

Akhir tahun 2012 masyarakat di hebohkan dengan rencana Redominasi rupiah. Dalam rangka menciptakan sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman,

dan handal Bank Indonesia melakukan suatu kebijakan yang disebut redenominasi. Adapun alasan yang melatarbelakangi Bank Indonesia melakukan redenominasi mata uang rupiah adalah karena (*liputan6.com*):

1. Uang pecahan Indonesia yang terbesar saat ini

2. Munculnya keresahan atas status rupiah yang terlalu rendah ketimbang mata uang lainnya, misalnya terhadap dolar, euro, dan uang global lainnya.
3. Pecahan uang Indonesia yang selalu besar akan menimbulkan ketidakefisienan dan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi.
4. Untuk mempersiapkan kesetaraan ekonomi Indonesia dengan kawasan ASEAN dalam memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean pada tahun 2015.
5. Untuk menghilangkan kesan bahwa nilai nominal uang yang terlalu besar seolah – olah mencerminkan bahwa di masa lalu, suatu negara pernah mengalami inflasi yang tinggi atau pernah mengalami kondisi fundamental ekonomi yang kurang baik.

Bank Indonesia sebagai pihak yang berwenang untuk mencetak dan mengedarkan mata uang rupiah bertanggung jawab secara langsung terhadap redenominasi. Oleh

karenanya penulis ingin membuat iklan layanan masyarakat tentang Redenominasi, dengan harapan bisa membantu masyarakat memahami apa itu redenominasi.

1.1.1. Alasan Pemilihan Tema

Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Nilai ekonomis suatu iklan sangat tergantung pada daya jangkau media yang digunakan.

Iklan tentang redenominasi ini perlu dibuat karena menurut Direktur Eksekutif Pusat Riset dan Edukasi Bank Indonesia (BI) Iskandar Simorangkir (*kompas.com*) ada lima negara yang pernah gagal menerapkan redenominasi. Negara tersebut adalah Rusia, Argentina, Brasil, Zimbabwe, dan Korea Utara.

Bagaimanapun, sosialisasi ke masyarakat ini sangat penting karena menjadi ujung tombak pelaksanaan kebijakan ini. Masyarakat nantinya menjadi pengguna kebijakan redenominasi. Bila masyarakat tidak mengerti, perekonomian negara akan terganggu karena masyarakat

kebingungan dalam hal uang baru nanti.

Mengenai hal itu penulis tertarik untuk membuat iklan layanan masyarakat bertemakan tentang redenominasi di Indonesia dengan mengandung unsur animasi 2D. Yang bertujuan untuk membantu menginformasikan kepada masyarakat agar bisa memahami apa itu redenominasi.

Dengan demikian penulis akan membuat iklan layanan masyarakat dengan judul “ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG REDENOMINASI MATA UANG RUPIAH”.

1.1.2. Alasan Pemilihan Jenis Karya

Perancangan Animasi 2D iklan layanan masyarakat ini dipilih, karena bisa di Aplikasikan di televisi. Televisi sebagai media hiburan yang paling digemari masyarakat indonesia dan bahkan dunia.

Selain itu, penulis memilih membuat animasi dua dimensi (2D), karena animasi dua dimensi lebih bersifat informatif. Dibandingkan

animasi tiga dimensi (3D) yang cenderung perfeksionis dan realistis. Hal tersebut dirasa sudah biasa bagi penonton karena seperti melihat lingkungan di sekitarnya. Selain itu, tiap goresan yang ditampilkan dalam dua dimensi mempunyai objek yang tegas dibandingkan animasi tiga dimensi

Oleh karena itu penulis ingin mengembangkan publikasi secara menarik, atraktif dan pesan dapat disampaikan dengan mudah.

1.2. Tujuan Pembuatan Proyek Akhir

1.2.1 Bagi Mahasiswa diharapkan Iklan ini dapat memberi inspirasi kepada semua mahasiswa.

1.2.2 Bagi Universitas diharapkan dapat mengharumkan nama Universitas.

1.2.3 Bagi Masyarakat diharapkan dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang Redenominasi, sehingga masyarakat tidak bingung tentang redenominasi ini.

1.2.4 Bagi Negara diharapkan dapat membantu menginformasikan Redenominasi kepada masyarakat.

1.3. Metode Pengumpulan Data

1.3.1. Alat Pengumpul Data

Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder. Data yang diperoleh melalui pustaka dan dokumen yang didapat penulis dari pustaka yang mendukung informasi, dan artikel-artikel dari internet.

1.3.2. Target Audien

Untuk target audien itu sendiri ditujukan untuk kalangan ekonomi dan pendidikan menengah kebawah, berjenis kelamin laki – laki dan perempuan, berumur 25 tahun keatas.

1.3.3. Pemilihan Lokasi

Iklan ini bersifat nasional, karenanya iklan ini pemilihan lokasi iklan ini mencakup keseluruhan wilayah republik Indonesia.

1.3.4. Sistematika penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Tema dan Karya.

Alasan diperlukannya redenominasi mata uang rupiah, pemilihan tema dan karya.

1.2 Tujuan Pembuatan Proyek Akhir

Tujuan bagi mahasiswa, universitas, masyarakat dan negara.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Menggunakan metode pengumpulan data sekunder untuk memperoleh data, target audiens dan pemilihan lokasi yang meliputi wilayah seluruh Indonesia.

BAB II KONSEP BERKARYA / LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Tema dan Jenis Karya

Tentang definisi redenominasi, alasan yang akan ditampilkan diproduk karya, tentang definisi iklan dan iklan animasi.

2.2 Landasan Estetika

Membahas definisi tentang estetika dan hubungan antara estetika dengan iklan redenominasi.

2.3 Landasan IT / Pemograman

Tentang penggunaan perangkat lunak dan perangkat keras.

2.4 Desain

Berisi tentang unsur – unsur desain dan prinsip – prinsip desain.

2.5 Storyboard

Tentang pembuatan storyboard sebuah iklan animasi.

BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA

3.1 Pemilihan Alat dan Bahan

Tentang pemilihan alat pembuat iklan animasi yaitu software – software apa saja yang diperlukan. Dan pemilihan bahan berupa gambar dan suara.

3.2 Teknik dan Proses Berkarya

Membahas tentang teknik – teknik dalam berkarya, yaitu tentang pembuatan gambar, audio dan video.

3.3 Proses atau Prosedur Berkarya.

Membahas tentang prosedur berkarya, mengenai pra-produksi, produksi dan pasca produksi.

3.4 Naskah Iklan dan Storyboard

Berisi tentang sinopsis, skenario, scene dan storyboard.

BAB IV HASIL KARYA

4.1 Tampilan

Menggambarkan tampilan hasil karya.

4.2 Deskripsi Karya

Penjelasan tentang karya.

4.3 Analisa Karya

Membahas tentang software – software apa saja yang digunakan untuk karya tersebut.

4.4 Tutorial Karya

Berisi penjelasan tentang pembuatan karya.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan karya.

5.2 Saran

Berisi tentang saran pembuatan karya dan saran pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

II- KONSEP BERKARYA/ LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Tema dan Jenis Karya

2.1.1 Redenominasi Mata Uang Rupiah

2.1.1.1. Definisi Redenominasi

Redenominasi adalah penyederhanaan nilai mata uang menjadi lebih kecil tanpa mengubah nilai tukarnya.

2.1.1.2. Alasan Redenominasi mata uang Rupiah

Adapun alasan yang melatarbelakangi Bank Indonesia melakukan redenominasi mata uang rupiah adalah karena (liputan6.com). Pertama, Uang pecahan Indonesia yang terbesar saat ini. Kedua, Munculnya keresahan atas status rupiah yang terlalu rendah ketimbang mata uang lainnya.

Ketiga, Pecahan uang Indonesia yang selalu besar akan menimbulkan ketidakefisienan dan ketidaknyamanan dalam melakukan transaksi. Keempat, Untuk mempersiapkan kesetaraan ekonomi Indonesia dengan kawasan ASEAN dalam memasuki era Masyarakat Ekonomi Asean pada tahun 2015. Kelima, Untuk menghilangkan kesan bahwa nilai nominal uang yang terlalu besar seolah – olah mencerminkan bahwa di masa lalu, suatu negara pernah mengalami inflasi yang tinggi atau pernah mengalami kondisi fundamental ekonomi yang kurang baik.

Redenominasi sekarang ini dalam tahap sosialisasi. Di sinilah diperlukan perhatian lebih, karena jika sosialisasi ini gagal bisa jadi akan mengakibatkan kekacauan dan memperburuk perekonomian Negara Indonesia. Salah satu cara untuk mensosialisasikannya adalah dengan media Iklan.

2.1.2 Iklan

2.1.2.1 Definisi Iklan

Menurut Rhenald Kasali (1992), iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media.

2.1.2.2 Peranan Iklan

Iklan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk atau sebagai pemicu penjualan-penjualan cepat. Disadari atau tidak, iklan dapat berpengaruh tetapi juga dapat berlalu begitu cepat.

2.1.2.3 Karakteristik Daya Tarik Iklan

Iklan yang memiliki daya tarik termasuk iklan yang berguna untuk memancing tanggapan (respons) dari konsumen. Supaya berdaya tarik maka

materi iklan diterjemahkan dalam eksekusi iklan.

2.1.2.4 Elemen-Elemen Iklan

Untuk mengetahui apakah iklan suatu produk sesuai dengan keinginan atau dapat menarik perhatian masyarakat maka diperlukan elemen-elemen iklan sebagai berikut :

1. Elemen *heard words*
2. Elemen *music*
3. Elemen *seen words*
4. Elemen *picture*
5. Elemen *colour*
6. Elemen *movement*

2.1.2.5 Pengaruh Iklan

Suatu iklan baik komersil maupun korporat dipublikasikan tentunya diharapkan untuk memiliki suatu pengaruh atau efek. Efek iklan menurut *Hierarchy of effects' steps* :

1. *The message* (pesan)
2. *Messages are sent / put unto effect* (pesan disampaikan)
3. *The messages are received* (pesan diterima)
4. *Understandings are taken from them* (pesan mulai dimengerti)
5. *The effects of these understandings on thought*

and attitude take place (pengaruh dari pengertian tersebut diimplementasikan melalui pemikiran dan sikap)

6. *A change behaviour follows (ada perubahan sikap yang mengikuti)*

2.1.2.6 Unsur-unsur Iklan

Ada empat unsur yang menentukan atau membentuk suatu iklan, yaitu :

1. Pemrakarsa
2. Pesan
3. Media
4. Masyarakat

2.1.2.7 Prinsip – Prinsip Dasar Iklan

1. Adanya pesan tertentu
2. Dilakukan oleh komunikator (sponsor)
3. Dilakukan dengan cara non personal
4. Disampaikan untuk khalayak tertentu
5. Dalam penyampaian pesan tersebut, dilakukan dengan cara membayar
6. Penyampaian pesan tersebut mengharapkan dampak tertentu

2.1.3 Animasi

Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan

objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap penambahan hitungan waktu yang terjadi. Perencanaan yang matang dalam perumusan alur gerak berdasarkan logika yang tepat akan menghasilkan animasi yang menarik untuk disaksikan.

2.1.4 Iklan Animasi

2.1.4.1 Definisi

Iklan animasi adalah iklan yang menggunakan teknis animasi dalam menyampaikan pesannya. Animasi sendiri merupakan hasil dari proses mem-film-kan gambar tidak bergerak menjadi gambar yang bergerak .

2.1.4.2 Kelebihan Iklan Animasi

Kelebihan iklan animasi antara lain :

1. Lebih menarik untuk segmen anak-anak dan kaum muda
2. Lebih imajinatif dan ilustratif
3. Karakter animasi tidak termakan usia

2.2 Landasan Estetika/Art

2.2.1 Definisi Estetika

Istilah estetika muncul pada tahun 1750 oleh seorang filsafat bernama A.G. Baumgarten (1714-1762). Istilah ini berasal dari bahasa Yunani kuno, *aistheton*, yang berarti “kemampuan melihat lewat penginderaan”. Baumgarten kemudian menanamkan seni itu termasuk pengetahuan sensoris, sedangkan logika merupakan pengetahuan intelektual. Menurut Sumardjo (2000) bahwa estetika mempersoalkan hakikat keindahan alam dan karya seni. Oleh karena itu hakikat keindahan tersebut kemudian diistilahkan sebagai nilai estetis.

2.2.2 Jenis – Jenis Nilai Estetika

Menurut Kant dan Dharsono (2007) nilai estetis dibagi menjadi dua macam :

- a. Nilai Estetis dan Nilai Murni
- b. Nilai Ekstra Estetis atau Nilai Tambahan

Dalam pembuatan iklan tentu saja wajib untuk memperhatikan tentang estetika. Estetika sendiri adalah nilai yang berhubungan dengan segala sesuatu yang mencakup dalam pengertian keindahan. Jadi ketika

membuat sebuah iklan, haruslah menanamkan nilai – nilai yang ada di masyarakat Indonesia. Agar ketika masyarakat menonton Iklan tersebut, masyarakat bisa ikut merasakan dan selanjutnya memahami. Begitu pula dengan redenominasi, Iklan Redenominasi haruslah memasyarakat dari segi estetikanya.

2.3 Landasan IT/Pemrograman

2.3.1 Perangkat lunak

Perangkat lunak merupakan media atau alat yang digunakan untuk membuat produk. Perangkat lunak terbagi menjadi beberapa macam, antara lain:

2.3.1.1 Perangkat Lunak Aplikasi

(Application software)

2.3.1.2 Sistem Operasi *(operating*

sistem)

2.3.1.3 Pengendali Perangkat Keras

(Device Driver)

Perangkat keras tambahan yang dipergunakan ialah

(1) Printer : Canon IP2770

(2) Mouse : Sense

2.3.1.4 Perangkat Lunak Tetap

(Firmware)

a. *Adobe premiere pro CS3*

Adobe premiere pro CS3 merupakan software video editing professional yang paling lengkap. *Adobe premiere pro CS3* cocok digunakan untuk pemula maupun tingkat lanjut, untuk pengguna amatir maupun professional, untuk perekaman Home-Video maupun film produksi, untuk spot iklan maupun untuk keperluan TV Broadcasting.

b. *Adobe Flash CS3*

Adobe Flash merupakan program aplikasi grafis untuk membuat animasi *website*, animasi kartun, cd tutorial, presentasi produk, *game* hingga membuat aplikasi interaktif yang sering kita jumpai diberbagai media.

c. *Cool Edit Pro 2.0*

Menurut (Suryanto,2003:200) cool edit pro 2.0 merupakan perangkat lunak audio yang paling populer karena memiliki fasilitas filter. Dengan filter ini kualitas suara dan rekaman digital dapat diolah dengan nuansa yang baru.

2.4 Desain

Desain merupakan bagian dari seni, adapun seni itu dibagi menjadi 2

kategori, yaitu seni murni dan seni terapan. Seni murni yang pembuatannya “murni” dari perasaan dan ekspresi pembuatnya. Dan seni terapan merupakan seni yang dibuat dengan penuh pertimbangan dari berbagai aspek seperti kebutuhannya, target marketnya, efisiensi, dan serta melibatkan keinginan orang lain.

Pada umumnya yang termasuk unsur-unsur desain adalah :

- a. Garis
- b. Raut
- c. Warna
- d. Gelap terang/nada
- e. Tekstur
- f. Ruang

Dengan melihat elemen-elemen desain tersebut kiranya belum lengkap bahwa dalam karya desain tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip atau komposisi desain. Adapun prinsip-prinsip desain beserta sedikit penjelasan adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip kesatuan
- b. Prinsip keserasian
- c. Prinsip irama
- d. Prinsip dominasi

- e. Prinsip keseimbangan
- f. Prinsip kesebandingan

2.5 Storyboard

Elemen-elemen yang terkandung dalam *storyboard* tidaklah baku. Elemen-elemen tersebut dapat diubahsuaikan sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu contoh *storyboard* yang menggunakan format tiga kolom, terdiri dari elemen-elemen, antara lain:

- 1) Keterangan Nomor
- 2) Bingkai
- 3) Adegan/Visual
- 4) Teks
- 5) Durasi

Pembuatan sebuah iklan dibutuhkan Storyboard, Storyboard dapat diartikan sebagai potongan-potongan gambar sketsa kasar yang merupakan bentuk-bentuk shot atau adegan yang dihasilkan atas dasar shot utama adegan. Dalam pembuatan animasi 2D iklan layanan masyarakat tentang redenominasi mata uang rupiah, storyboard adalah langkah terakhir sebelum masuk proses penganimasian menggunakan Adobe Flash.

III - METODE PENCIPTAAN KARYA

3.1 Pemilihan Alat Dan Bahan

Dalam pembuatan sebuah program, perlu dilakukan beberapa tahapan pembuatan program supaya hasil program yang dibuat akan lebih berhasil dan bermanfaat. Tujuan dari tahap-tahap dalam penyusunan suatu program adalah untuk mempermudah penyusunan dan pengembangan program.

3.1.1 Pemilihan alat

a. Identitas Perangkat Lunak

1. Adobe Flash CS3 Profesional

Dalam pembuatan iklan animasi ini, Adobe Flash CS3 Profesional merupakan program populer yang digunakan dalam pembuatan animasi, baik untuk keperluan web, presentasi, game ataupun yang lainnya.

Adobe Flash CS3 berfungsi untuk membuat model karakter dan untuk peng-animasian gerakan-gerakan sesuai dengan tema/alur cerita.

2. Cool Edite Pro 2.0

Cool Edit Pro digunakan untuk perekam, editor, dan pengolah suara.

Kelebihan software ini yaitu dapat mengatasi Keterbatasan pada *sound recorder* dengan mudah, memiliki visualisasi gelombang suara yang canggih dan lengkap. Ditambah dengan berbagai fungsi yang tersedia pada sound recorder.

3. Adobe Premier Pro CS3

Digunakan sebagai *software* penggabung sound dan penggabungan hasil dari rendering Adobe Flash CS3, dan penentuan format akhir dalam bentuk video (.AVI.) serta menentukan ukuran file.

Adobe Premiere Pro CS3 merupakan salah satu software pengolah video yang sangat populer dan sudah diakui kecanggihannya. Kelengkapan fasilitas dan kemampuannya yang luar biasa dalam mengolah video, menjadikan software ini banyak dipakai oleh production house, karena keberadaannya benar-benar mampu membantu dan memudahkan pemakai dalam menyelesaikan pekerjaan.

b. Identifikasi Perangkat Keras

1 Komputer

2 Microphone

3 Speaker

3.2.1 Pemilihan Bahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan iklan 2(dua) dimensi ini terdiri dari beberapa format.

Diantaranya ialah:

- a. Audio
- b. Images
- c. Animasi

3.2 Teknik dan Proses Berkarya

Teknik dan proses berkarya harus diperhatikan agar proses pembuatan animasi bisa berjalan dengan lancar. Ada beberapa teknik yang harus digunakan agar pembuatan sebuah karya menjadi lebih mudah, bagus, dan menarik. Pada pembuatan media pembelajaran ini penulis menggunakan teknik seperti dibawah ini :

3.2.1 Teknik Pemilihan *Software*

Software diperlukan untuk pembuatan animasi 2D, maka diperlukan *software* yang tepat agar dapat mempermudah proses pembuatan dan menghasilkan karya yang memuaskan. Dalam hal ini penulis memilih *software* Adobe Flash

CS5 sebagai *software* utama dalam pembuatan iklan animasi, Adobe Premiere Pro CS5 sebagai penggabung video dan audio. Serta *software* Cool Edit Pro 2.0 untuk membuat efek suara.

3.2.2 Teknik Pembuatan Gambar

Dalam pembuatan proyek akhir iklan animasi 2D tentang redenominasi mata uang rupiah, penulis menggunakan Adobe Flash CS5 untuk proses membuat gambar dan animasi.

3.2.3 Teknik Pembuatan Audio

Audio yang digunakan dalam proyek ini adalah backsound dan dubbing-an suara. Backsound dan dubbing-an suara tersebut dibuat dengan menggunakan *software* Cool Edit Pro 2.0.

3.2.4 Teknik Pembuatan video

Pembuatan video animasi penulis memakai *software* Adobe Flash CS5 dengan format (.AVI.) kemudian setelah pembuatan dan penganimasian objek selesai, maka langkah selanjutnya adalah merender objek di setiap beberapa scane menjadi bentuk video.

3.3 Proses Atau Prosedur Berkarya

Dalam pembuatan proyek ini terdapat beberapa tahap yang harus dilakukan, diantaranya :

1. Pra-Produksi
 - a. Analisis Animasi
 - b. Equipment Check
 - c. Penyusunan Storyboard
 - d. Modelling
2. Produksi
 - a. Model Animasi
 - b. Animating
 - c. Rendering
 - d. Penggabungan dan Render Akhir
3. Paska Produksi
 - a. Pengemasan
 - 1) Mendesain dan membuat *cover box* CD dan label CD.
 - 2) Mencetak label yang sudah di desain pada CD
 - 3) Memasukan file iklan animasi 2D ke dalam CD dengan cara diburning.
 - 4) Memasukan CD ke dalam kotak CD yang sudah di desain covernya.

3.4 Naskah Iklan Dan Story Board

3.4.1 Sinopsis

Diawali dengan opening kata “Redenominasi” yg ditulis dengan animasi tangan kemudian kata itu dihapus kembali dengan animasi tangan.

Seorang yang menuju ke Money Changer untuk menukarkan uang 10 juta Rupiah menjadi Dolar..

Scene berganti ke Sebuah kalkulator yang biasa pedagang pakai, terlihat bagaimana kalkulator itu menghitung beberapa angka dan kemudian Error karena nominalnya melampoi batas.

Scene berganti ke sebuah Peta dimana terlihat Indonesia, singapura dan malaysia. Disana membandingkan mata uang Dollar singapura dengan Rupiah dan Ringgit Malaysia dengan Rupiah.

Kemudian scene berganti ke Penjelasan tentang Redenominasi, terlihat Petugas Bank Indonesia melakukan penjelasan apa itu redonomisasi. Selanjutnya penegasan tulisan bahwa Redenominasi Perlu

Dilakukan. Terakhir ditutup dengan dipersembahkan oleh Bank Indonesia.

3.4.2 Skenario

1. Terlihat tangan sedang menulis kata Redenominasi Kemudian Menghapusnya.
2. Tangan Menggambar Orang dan menggambar bangunan Money Changer.
3. Orang menukar Rupiah di Money Changer. Kemudian bergumam “Kok jadi Ringan ya”.
4. Penegasan tentang alasan perlunya Redenominasi dengan Tulisan.
5. Tangan menggambar kalkulator.
6. Kalkulator menghitung beberapa angka kemudian error.
7. Penegasan tentang alasan perlunya Redenominasi dengan Tulisan.
8. Tangan Menggambar Peta.
9. Memperlihatkan Indonesia, Singapura dan Malaysia.
10. Memperlihatkan Perbandingan mata uang Ketiga negara Tersebut.
11. Penegasan tentang alasan perlunya Redenominasi dengan Tulisan.
12. Tulisan “Masalah – masalah tersebut bisa diatasi dengan

Redenominasi” sebagai pembuka penjelasan tentang redenominasi.

13. Orang dari Bank Indonesia melakukan penjelasan tentang redenominasi.
14. Animasi Tulisan “Redenominasi Perlu Dilakukan”.
15. Ditutup dengan persembahan dari Bank Indonesia.

3.4.3 Scene

Sebelum penulis melakukan proses pembuatan animasi (gambar) maupun editing, terlebih dahulu penulis menyusun skenario yang diteruskan dengan menyusun storyboard.

1. SCENE I – OPENING

Terlihat tangan sedang menulis kata Redenominasi

2. SCENE II –Money Changer.

Terlihat Orang membawa rupiah masuk kedalam Money Changer dan mengetahui kalau setelah ditukar dengan mata uang lain menjadi lebih ringan.

3. SCENE III – Kalkulator

Terlihat menghitung Uang lewat kalkulator, menjadikan Ribet karena melibatkan banyak angka

dan kalkulator menjadi Error karena kebanyakan angka.

4. SCENE IV – PETA

Terlihat Peta Indonesia dan sekitarnya, terlihat perbandingan antara Ringgit dengan rupiah, Dollar Singapura dengan rupiah.

5. SCENE V – REDENOMINASI

Terlihat sorang menjelaskann tentang redenominasi

6. SCENE VI – REDENOMINASI PERLU DITERAPKAN

Penegasan Berupa teks “Redenominasi Perlu dilakukan”.

7. SCENE VII – BANK INDONESIA

Persembahan iklan dari Bank Indonesia

IV - HASIL KARYA

4.1 Scene 1

4.1.1. Tampilan



Gambar 4.1 : Opening

4.1.2. Deskripsi karya

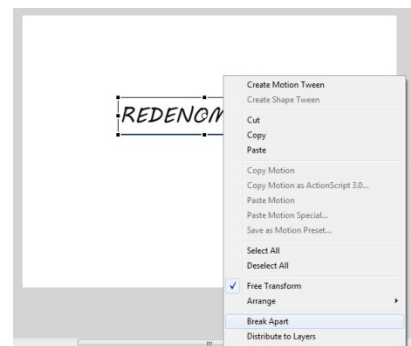
Menuliskan satu kata Redonimasi sebagai Judul sekaligus sebagai pembuka, dengan menggunakan animasi seperti orang menulis. Backound menggunakan musik dan sound effect suara goresan pensil.

4.1.3. Analisis karya

Judul Redenominasi menggunakan font MV Boli yang berkesan Jelas dan Seperti Tulisan Tangan serta gambar foto Tangan memegang pensil yang diambil menggunakan camera digital melalui editing menggunakan Adobe Photoshop. Suara musik dan pensil diedit dahulu di Cool Edit Pro.

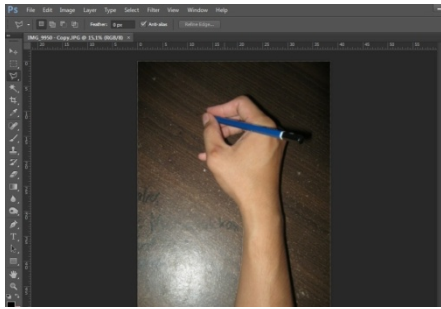
4.1.4. Tutorial

1. Membuat Judul Dengan Font MV Boli, ketik lalu klik kanan dan klik Break Apart untuk memisahkan Font – fontnya.



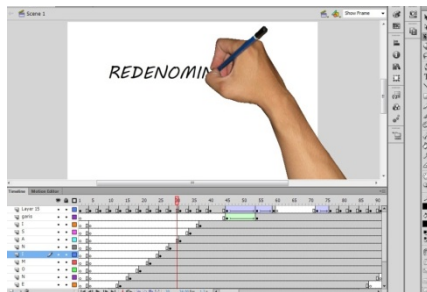
Gambar 4.2 : Tutorial Break Apart

2. Mengedit gambar tangan menggunakan Adobe Photoshop CS 3 dengan tool Pollygon Lasso Tool kemudian disimpan dengan format .png. Selanjutnya Import file gambar tangan ke Adobe Flash CS.



Gambar 4.3 : Tutorial Pollygon Lasso Tool

3. Setelah di Import ke Adobe Flash CS 5, selanjutnya sesuaikan/animasikan dengan memanfaatkan layer dan frame.



Gambar 4.3 : Tutorial Flash Scene 1

V - PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam pembuatan iklan Layanan

masyarakat Animasi 2D yang berjudul “Redenominasi Mata Uang Rupiah”, antara lain:

1. Iklan Animasi 2D adalah salah satu alat yang efektif untuk menyampaikan informasi tentang Redenominasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat bisa tertarik dan mencoba memahami tentang apa itu Redenominasi.
2. Redenominasi perlu dilakukan , dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu rupiah adalah status tukar rupiah yang terlalu rendah dibandingkan dengan mata uang lain, menimbulkan ketidak efisienan dan ketidak efektifan dalam transaksi, serta untuk persiapan memasuki era ekonomi asean pada 2015 , sehingga dasar adanya redenominasi bisa dipahami oleh masyarakat.
3. Proses menginformasikan kepada masyarakat harus dilakukan secara bertahap dan terus menerus sehingga diharapkan akan ada pengembangan iklan kedepannya.

5.2 Saran

1. Dalam Proses pembuatan iklan perlu untuk memperhatikan latar belakang pembuatan iklan, sehingga apa yang menjadi tujuan iklan itu bisa tercapai.
2. Untuk menghasilkan iklan animasi yang baik dan menarik diperlukan ide-ide kreatif dalam pembuatannya dan usahakan dalam pembuatan karakter harus lebih sempurna lagi.
3. Untuk kedepannya diharapkan akan ada lanjutan iklan tentang redenominasi, karena menginformasikan kepada masyarakat harus dilakukan secara bertahap.

[pada-rupiah](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/05/07/17002454/Ada.5.Negara.yang.Gagal.Terapkan.Redenomisasi) (diakses pada 9 April 2013)

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/05/07/17002454/Ada.5.Negara.yang.Gagal.Terapkan.Redenomisasi> (diakses pada 9 April 2013)

<http://komunikasi.unsoed.ac.id/sites/default/files/16.dian%20marhaeni-unisula.pdf> (diakses pada 5 Oktober 2013)

http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_13121_8.html (diakses pada 5 Oktober 2013)

<http://www.tempo.co/read/news/2010/08/04/087268608/Inilah-Beda-Redenominasi-dengan-Sanering> (diakses pada 5 Oktober 2013)

<http://www.redenominsirupiah.com/perbedaan-redenominasi-rupiah-dengan-sanering-rupiah/> (diakses pada 5 Oktober 2013)

<http://www.magetankab.go.id/sites/default/files/documents/formulir/Fungsi%20dan%20Peranan%20Iklan%20pada%20tv.pdf> (diakses pada 5 Oktober 2013)

<http://www.iklansiapa.com/artikel/karakteristik-daya-tarik-iklan.html> (diakses pada 9 April 2013)

DAFTAR PUSTAKA

M. Suyanto. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi

M. Suyanto 2004. *Analisis dan Desain Grafis Multimedia*. Yogyakarta: Andi

M.s. Gumelar. 2004. *Memproduksi Animasi TV*. Jakarta: Gramedia

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book.

<http://bisnis.liputan6.com/read/597925/apa-alasan-bi-kukuh-menerapkan-pengurangan-nol->