

**PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BAHAYA NARKOBA BAGI MASA DEPAN DAN
CITA-CITA ANAK**

Asyhar Yusuf

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Jl. Nakula I No 5-11 Semarang 50131

Telp : (024) 3517261, Fax : (024) 3520165

E-mail : ink_whaite@yahoo.com

ABSTRAK

Iklan layanan Masyarakat bertema bahaya narkoba yang bermacam-macam kini telah banyak dibuat dan di tayangkan di televisi dan pada jaringan internet yang sangat mudah diakses. Iklan Layanan masyarakat ini juga mempunyai alir cerita yang berbeda-beda sesuai dengan tema dan setting yang akan dibuat dan digunakan, tetapi semuanya memiliki satu tujuan yaitu untuk menyampaikan pesan dari sebuah Iklan Layanan Masyarakat kepada masyarakat tentang makna dan tujuan dari ILM tersebut. Untuk itu penulis tertarik untuk membuat Iklan layanan Masyarakat Bertema bahaya narkoba dengan unsur 2D yang bertujuan untuk menyampaikan pesan bagaimana bahaya narkoba bagi masa depan dan cita-cita anak. *Software* komputer yang penulis gunakan adalah Adobe Flash CS3 yaitu suatu program untuk pembuatan animasi. Program ini membaerikan fasilitas dan tool yang efektif dan *fleksibel* untuk menghasilkan animasi yang menarik. Tujuan dari pembuatan proyek akhir ini adalah untuk merancang dan membuat video klip animasi 2D yang kreatif dan inovatif. Selain itu juga dapat menghasilkan video klip yang menarik dengan bantuan komputer sesuai dengan sinematografi, mulai dari pengembangan ide kreatif, proses produksi sampai dengan tahap *finishing*. Dengan harapan iklan layanan tersebut bisa menyampaikan pesan yang telah dibuat bisa tersampaikan oleh masyarakat banyak dan bisa dipahami bagaimana bahaya narkoba sejak dini.

Kata kunci : animasi 2D, Adobe Flash CS3, ILM, *Bahaya Narkoba Bagi masadepan dan cita-cita anak.*

ABSTRAK

Public service announcement themed drug dangers are manifold has now been made and aired on television and on the internet that it is easily accessible . This public service ad also has a flow different story according to themes and settings to be made and used , but all have one goal which is to convey the message of a Public Service Announcement to the public about the meaning and purpose of the PSAs . To the authors are interested in creating Themed Public service announcements dangers of drugs with 2D elements that aim to convey the message how the dangers of drugs for the future and dreams of children. Computer software that I use is Adobe Flash CS3 is an animation program weeks to manufacture . This program membaerikan facilities and an effective and flexible tool to generate interesting animations . The purpose of this final project is to design and create 2D animation video clip of creative and innovative . It can also produce an interesting video clip with the help of a computer according to the cinematography , ranging from creative development , production process up to the finishing stage . With the expectation that service advertisements can convey the message that has been created can be conveyed by the stout and can understand how the dangers of drugs from an early age .

Keyword : *2D animation, Adobe Flash CS3, ILM, Drug For future and ideals child*

1. Pendahuluan

Dengan mengangkat tema bahaya narkoba bagi masa depan dan cita-cita anak. tentunya tema ini sangat diperlukan sosialisasi layanan public agar dapat mengerti tentang bahaya narkoba dan mengerti apa itu akibat narkoba bagi anak. Hal itu sangat memprihatinkan karena dengan bertambahnya orang-orang yang mengkonsumsi narkoba dan makin maraknya penjualan narkoba, maka dengan itu pulalah anak-anak di usia dini bisa mengetahui dan mengkonsumsi narkoba itu sendiri. hal ini sangat lah penting dan tepat jika iklan layanan masyarakat dibuat karena anak-anak pada usia dini sangatlah menyukai dengan adanya sedikit iklan layanan masyarakat yang menggunakan karakter yang bisa diterima oleh masyarakat khususnya pada anak-anak dengan materi yang mudah dipahami dan bisa menyampaikan pesan-pesan tentang bahaya narkoba.

2. Konsep Berkarya / Landasan Teori

2.1.1 Narkotika

Dalam istilah Narkotika Sesuai Dengan UU 35 Tahun 2009

tentang Narkotika adalah Zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintetis maupun semi sintetis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan yang menyebabkan perubahan kesadaran, Hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri dapat menimbulkan ketergantungan.

a. Situasi Penyalahgunaan Narkotika dan Prekursor Narkotika di Indonesia

Penyalahgunaan Narkotika dan prekursor narkotika dewasa ini didasarkan sudah sangat mengkhawatirkan sehingga para orangtua harus ekstra ketat menjaga putra-putrinya dari penyalahgunaan narkotika dan prekursor narkotika ini. penyalahgunaan narkoba sekarang sudah sangatlah mengkhawatirkan karena sangat mudahnya masyarakat dalam mengakses dan menggunakan narkoba itu sendiri

Para pengedar narkotika itu sendiri sekarang sangat pintar dalam menyebarkan narkoba

untuk anak-anak dengan mencampurkan narkoba didalam hal-hal yang sangat dekat dengan anak seperti dinasykan didalam bolpoint, permen, dan makanan anak yang sangat berbahaya bagi anak

b. Permasalahan Yang Dihadapi

Dari faktor sosial budaya, yang menyebabkan anak bisa menggunakan narkoba itu bisa dikarenakan faktor kurang kedekatan terhadap orangtua sehingga anak mencari hal lain dalam pergaulan terhadap teman sehingga anak merasakan kenyamanan terhadapnya.

Dari faktor lain melalui lingkungan, maraknya iklan atau promosi obat yang dapat menghilangkan rasa sakit secara instan dan cepat dirasakan terhadap tubuh sehingga anak menggunakan obat-obatan tersebut secara terus menerus.

Fakta yang BNN teliti sangat memprihatinkan bahwa lebih dari 90% penyalahgunaan narkoba dan prekursor Narkotika terdapat pada kelompok usia produktif, yaitu

pada usia 15 – 34 tahun dan 90% dari kelompok “mencoba memakai” Narkotika dan prekursor narkoba adalah kelompok pelajar

Dalam data BNN yang diteliti pada saat ini sekitar 15.000 penyalahgunaan Narkotika dan prekursor narkoba, usia muda meninggal dunia akibat overdosis, AIDS, dan penyakit ikutan lainnya seperti penyakit jantung, paru-paru, hati, dan ginjal.

Dengan semakin maraknya peredaran Narkotika dan prekursor narkoba yang telah diteliti jumlahnya meningkat dari 3.3 juta pada tahun 2008 menjadi sekitar 4,58 juta orang di tahun 2013, apabila upaya pencegahan, penanggulangan dan pemberantasan narkoba dan prekursor narkoba tidak berjalan seefektif mungkin.

Macam-macam iklan yang biasanya dibuat oleh suatu perusahaan biasanya juga berdampak pada perbedaan iklan itu sendiri.

Berikut ini macam-macam iklan yang bisa dibuat pada suatu instansi perusahaan

a. Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk memperkenalkan pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial ini sendiri terbagi menjadi beberapa macam, yaitu :

1. Iklan Strategis

a. Digunakan untuk memperkenalkan suatu merek. Hal ini dilakukan dengan mempublikasikan nilai merek dan manfaat suatu produk.

b. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar.

c. Iklan ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

2. Iklan Taktis

Memiliki tujuan yang mendesak.

a. Iklan ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu.

b. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

b. Iklan Corporate

a. Definisi iklan menurut Madjadikara, adalah Iklan yang bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut [1].

b. Definisi iklan menurut Lwin & Aitchison, adalah Iklan Corporate akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai

nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan Corporate merupakan bentuk lain dari iklan strategis ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk mengkomunikasikan nilai-nilai korporatnya kepada publik [2].

c. Iklan Corporate sering kali menjelaskan tentang nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau mengkomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

c. Iklan Layanan Masyarakat

a. Definisi menurut Madjikara, adalah Iklan Layanan Masyarakat

merupakan bagian dari kampanye social marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat.

b. Definisi menurut Madjadikara, pesan Iklan Layanan Masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang tidak baik supaya menjadi lebih baik, misalnya masalah kebersihan lingkungan, mendorong penghargaan terhadap perbedaan pendapat, keluarga berencana, dan sebagainya[3].

1. Iklan layanan masyarakat juga menjelaskan pesan sosial yang bertujuan

untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang dapat mengancam kehidupan mereka secara umum. Pesan tersebut dengan kata lain dapat menjelaskan gambaran tentang peristiwa dan kejadian yang akan berakibat pada suatu keadaan tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif.

2. Pada awal perkembangannya iklan layanan masyarakat tidak terlalu terikat pada penataan yang ketat, perencanaan pesan yang rumit, pemilihan media yang sesuai, sampai pada penentuan target

audiens maupun pemilihan tempat dan waktu yang benar-benar tepat.

3. Namun seiring berkembangnya dunia periklanan dan semakin banyaknya perusahaan yang membuat Iklan layanan masyarakat disertai dengan perubahan paradigma dalam menciptakan pesan-pesan sosial maka iklan layanan masyarakat juga harus dibuat secara profesional seperti iklan komersial.

2.2.1 Jenis-jenis Iklan Secara Teoritik

- a. Iklan Standar
Memperkenalkan barang/jasa dengan tujuan untuk membujuk minat pembeli
- b. Iklan Layanan Masyarakat
Iklan bersifat non profit dengan tujuan memberi

- informasi dan pendidikan kepada masyarakat
- 2.2.2 Pembagian Secara Umum
1. Iklan Tanggung Jawab Sosial
 - a. Iklan Anjuran
Iklan yang pesannya menganjurkan secara tegas kepada masyarakat tentang suatu tindakan.
 - b. Iklan Penggambaran Sosial
Iklan yang pesannya memberikan sebuah gambaran tentang suatu peristiwa yang berakibat pada suatu keadaan tertentu.
 2. Iklan Bantahan
Iklan untuk membantah dan memperbaiki citra suatu produk yang namanya tercemar di masyarakat akibat informasi yang salah
 3. Iklan Pembelaan
Iklan untuk membela keberadaan produk dari

pengajuan atau klaim pihak lain, contoh : hak paten

4. Iklan Perbaikan
Iklan yang memperbaiki pesan-pesan tentang produk tertentu yang salah dan terlanjur disebarkan melalui media massa
5. Iklan Keluarga
Iklan yang pesannya merupakan pemberitahuan tentang suatu peristiwa kekeluargaan kepada keluarga atau khalayak lain.

3. Metode Penciptaan Karya

Beberapa alat yang digunakan untuk pembuatan iklan layanan masyarakat bahaya narkoba bagi masa depan dan cita-cita anak, antara lain:

1. Notebook

Notebook atau laptop menjadi alat yang paling utama dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat bahaya narkoba bagi masadepan dan

cita-cita anak, spesifikasi dari notebook tersebut, adalah:

Processor : Intel Core i3-307m
Memory : 2 GB RAM
OS : Microsoft Windows Arc7 Gemer 64-Bit
VGA : AMD Radeon HD6470 1GB
Hard disk : 500 GB
Monitor : 14.0” HD LED LCD

2. Headset

Selain komputer dan aplikasi yang diperlukan dalam proses editing iklan animasi ini, suara juga sangat diperlukan sebagai *background* untuk menghasilkan suara yang bagus dan seimbang. Suara yang telah dibuat akan diolah dalam software Adobe Premiere CS3. Dalam pengeditan suara ini penulis menggunakan alat berupa *headset*.

3. Software

a. Adobe flash CS3, sebagai software utama dalam pembuatan animasi 2D. Digunakan dalam pembuatan animasi karakter, latar belakang dan efek. Adobe Premiere CS3, digunakan sebagai software penggabung

sound dan hasil rendering Adobe flash CS3, sekaligus juga sebagai penentuan format akhir serta ukuran file.

4. Pembahasan

Dalam Iklan Layanan Masyarakat bahaya narkoba bagi masa depan dan cita-cita anak terdapat 3 karakter. Karakter pertama ialah riko dengan rambut cepak berwarna abu-abu dengan badan kurus, Karakter yang kedua ialah Asya dengan rambut mengarah keatas berwarna coklat dan berbadan gemuk dan karakter yang ke tiga yaitu Anjani sebagai salah satu katakter wanita dengan rambut berwarna agak pirang dengan dua kuncir dibagian kanan dan kiri.

5. Kesimpulan

Dari penyusunan proyek akhir yang berupa Iklan Layanan Masyarakat “Bahaya Narkoba Bagi Masa Depan dan Cita-cita Anak penulis dapat memberikan kesimpulan :

1. Iklan Layanan masyarakat ini bisa memberitahu tentang bahaya narkoba sejak dini.
2. Dengan diangkat dan dibuatnya Iklan Layanan Masyarakat ini bisa dimengerti oleh anak-anak diusia

dini tetapi tetap pada porsi agar anak-bisa memahaminya.

3. Pembuatan iklan layanan Masyarakat berbasis 2d dikarenakan anak-anak akan lebih menyukai dan lebih cocok dengan usia mereka
4. Orang tua juga bisa memberi masukan kepada anak seiring dengan proses penyampaian iklan layanan masyarakat ini.

6. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan pada laporan proyek akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Pemilihan gambar yang akan dijadikan tema cerita harus memiliki konsep yang jelas sebelum iklan layanan masyarakat bahaya narkoba bagimasa depan dan cita-cita anak ini dibuat.
2. Untuk menghasilkan Iklan Layanan Masyarakat yang

menarik diperlukan ide - ide kreatif dan penguasaan keahlian menggunakan software terkait dalam pembuatannya.

Dalam penggunaan efek, baik itu efek video transisi maupun efek audio diharapkan tidak terlalu berlebihan, cukup dengan penataan video dengan narasi yang mengena dan sesuai dengan tema, sehingga dapat menghasilkan suatu karya yang benar - benar berkesan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. *Afrizal Mayub.2005. Pendidikan Agama Islam. Indonesia*
- [2]. American Heritage Electronic Dictionary (1991))
- [3]. Hofstetter, Fred T. (2001). *Multimedia Literacy. Third Edition. McGraw-Hill International Edition, New York.*