



LAPORAN PROYEK AKHIR
IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“AKIBAT BOROS LISTRIK”

Laporan ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi di
Universitas Dian Nuswantoro

Disusun Oleh:

Nama : Didi Pratama
NIM : A22.2009.01834
Program Studi : Teknik Informatika - D3

FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
SEMARANG

2013

ABSTARCT

Public service announcements with the theme and a different storyline has been created using a variety of techniques and effects in the design process. But all have one purpose and that is to raise public awareness of a number of issues that they face. An advertisement plays an important role in conveying information of a product / service, with a creative video, will participate in promoting an effective product, one of which is using 2D animation effects, so hopefully the audience can be attracted to watch and then be able to receive the messages to be delivered through the ad properly. The final project report will provide an explanation of the dangers of electricity by waste by delivering it through an ad with 2D Animation effects are interesting and contains elements of humor, with accompanying explanation of the ad creation in a brief and clear about how the ad was made.

Keyword : Advertising, Advetisement, Animations, Product, Engineering.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Jenis Tema Dan Karya

1.1.1 Alasan Pemilihan Tema

Listrik adalah aliran elektron-elektron dari atom ke atom pada sebuah penghantar. Semua atom memiliki partikel yang disebut elektron terletak pada orbitnya mengelilingi proton. Atom yang paling sederhana adalah atom *Hydrogen* (Atom Air), yaitu hanya mempunyai satu elektron yang mengelilingi satu proton[4]. pentingnya listrik bagi masyarakat, membuat Indonesia secara umum telah melakukan pemborosan hal tersebut dapat dilihat melalui dua parameter yaitu **Elastisitas Energi** dan **Intensitas Energi**. **Elastisitas energi** adalah perbandingan antara pertumbuhan konsumsi energi dengan pertumbuhan ekonomi. Semakin rendah elastisitasnya maka semakin efisien penggunaan energinya. Sedangkan **Intensitas Energi** adalah energi yang dibutuhkan untuk meningkatkan *gross domestic product* (GDP) atau produk domestik bruto[5].

Elastisitas energi Indonesia pada 2009 masih cukup tinggi yaitu 2,69. Sedangkan Intensitas energi primer Indonesia pada tahun 2009 adalah sebesar 565 *TOE* (*ton oil equivalent*) per 1 juta US\$. Artinya untuk meningkatkan PDB sebesar 1 juta US\$, Indonesia memerlukan energi sebanyak 565 *TOE*. Sebagai perbandingan, intensitas energi Malaysia adalah 493 *TOE*/juta US\$ dan rata - rata intensitas energi negara maju dalam organisasi kerjasama ekonomi dan pembangunan (*OECD*) hanyalah 164 *TOE* perjuta US\$. Angka elastisitas dan intensitas energi yang relatif tinggi ini menunjukkan

bahwa pemakaian energi di Indonesia termasuk tidak efisien atau boros[3].

Sementara itu sebagai cara pemerintah Indonesia dalam mencari solusi listrik Indonesia telah dilakukan diantaranya yaitu dengan menaikkan tarif dasar listrik / tarif tenaga listrik sebesar 4,3 % agar masyarakat dapat lebih menghemat listrik akan tetapi upaya tersebut kurang berhasil dikarenakan kurangnya sosialisasi terhadap konsumen[7].

Dikarenakan hal – hal tersebut penulis berinisiatif merancang iklan layanan masyarakat agar lebih mengerti tentang dampak akan pemborosan listrik, disamping itu diharapkan dengan dirancangnya iklan ini dapat membantu pemerintah mensosialisasi agar para pengguna lebih efisien dalam menggunakan listrik.

1.1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya

Dalam proses perancangan iklan ini penulis memilih jenis karya iklan layanan masyarakat dengan animasi 2D dikarenakan dengan menggunakan iklan layanan masyarakat lebih efektif dalam penyampaian informasinya dibandingkan dengan membaca yang kadang-kadang sulit dimengerti, dan orang harus membaca berulang-ulang untuk mengerti tentang pesan yang akan disampaikan . Selain itu, untuk membaca suatu informasi biasanya orang harus menyediakan waktu khusus yang sulit diperoleh karena kesibukan[1]. Dan dipilih animasi 2D dikarenakan informasi yang menggunakan gambar dan animasi lebih mudah dipahami oleh audiens dibandingkan informasi yang dibuat dengan cara lain. Disamping itu penggunaan animasi 2D dapat menekan biaya produksi karena tidak dibutuhkannya talent ataupun model sebagai aktornya[6].

1.2 Tujuan Pembuatan Proyek Akhir

Tujuan dari pada pembuatan proyek akhir ini yaitu untuk merancang iklan layanan masyarakat yang menarik, sehingga informasi tentang akibat akan pemborosan listrik yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada perancangan laporan proyek akhir berupa iklan layanan masyarakat ini dibatasi dengan berisi tentang membuat iklan layanan masyarakat dengan animasi 2D yang berceritakan tentang akibat boros listrik.

1.4 Manfaat Pembuatan Proyek Akhir

Didalam proses pembuatan proyek akhir ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat yang positif bagi seluruh kalangan masyarakat diantaranya bagi :

a. Pihak Akademik

Didalam proses pembuatan proyek akhir ini terdapat beberapa manfaat bagi pihak akademik yaitu dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Universitas Dian Nuswantoro menjadi lebih baik.

b. Penulis

Adapun manfaat bagi penulis dalam pembuatan proyek akhir ini ialah penulis menjadi lebih mengerti tentang pembuatan iklan layanan masyarakat dengan berbasis 2D secara detail dari segi konsep pembuatan, penyusunan laporan dan teknik yang digunakan dalam proses pembuatan iklan layanan masyarakat tersebut.

c. Masyarakat

Didalam proses pembuatan proyek akhir ini terdapat manfaat bagi masyarakat yaitu masyarakat diharapkan lebih mengerti tentang dampak dari pemborosan listrik sehingga masyarakat menjadi lebih hemat lagi dalam penggunaan listrik.

d. PLN (Perusahaan Listrik Negara).

Iklan layanan masyarakat ini memiliki manfaat bagi PLN yaitu diantaranya iklan layanan masyarakat ini dapat dijadikan media sosialisasi akan dampak boros listrik.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1.5.1 Wawancara

Wawancara yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini dilakukan di PLN UPJ Semarang Barat yang ber alamat di Jln. Gatot Subroto (Krapyak).

1.5.2 Telaah Pustaka

Data yang dikumpulkan merupakan data sekunder. Data diperoleh dari telaah pustaka dan dari dokumen, buku dan artikel – artikel yang berkaitan dengan animasi.

1.5.3 Target Audien

Untuk target audien iklan layanan masyarakat ini ditujukan kepada remaja pria dan wanita dengan usia diantara 12 sampai dengan 21 tahun.

1.5.4 Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi dalam pengumpulan data dilakukan di daerah Semarang dikarenakan terdapat PLN UPJ Semarang Barat sebagai lokasi wawancara.

BAB II

KONSEP BERKARYA / LANDASAN TEORI

2.1 Kepustakaan / Teori Tentang Tema dan Jenis Karya

Periklanan merupakan bisnis yang populer. Tidak ada perusahaan yang maju dan memenangkan kompetisi bisnis tanpa mengandalkan iklan. Demikianlah penting peran iklan dalam bisnis.

2.1.1 Iklan

Penggunaan iklan dalam memperkenalkan suatu produk sangatlah penting karena dapat mempengaruhi penonton sehingga dapat mengikuti pesan yang disarankan oleh iklan tersebut.

Sedangkan secara normatif, bertambahnya pengetahuan, dimilikinya kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat tersebut sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri. Sebab masyarakat akan terbangun dan digiring pada situasi kearah keadaan yang lebih baik. Umumnya, materi pesan yang disampaikan dalam iklan jenis ini berupa informasi – informasi publik untuk menggugah khalayak melakukan suatu kebaikan yang normatif sifatnya[2].

a. Iklan Non Komersial / Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat ialah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau membidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomis, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra yang baik dimata msyarakat[2].

BAB III

METODE PENCIPTAAN KARYA

2.2 Teknik Dan Proses Berkarya

2.2.1 Teknik Berkarya

Dalam merancang sebuah iklan penulis melalui beberapa teknik yang digunakan dalam perancangan iklan layanan masyarakat diantaranya yaitu :

a. Teknik Pemilihan *Software*.

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini penulis memilih software yang dapat mempermudah penulis dalam merancang iklan layanan masyarakat tersebut yaitu software Adobe Flash CS 3 sebagai software utama dalam perancangan animasi dan software Adobe Premiere Pro sebagai software pendukung yang digunakan sebagai penggabung audio dengan video.

b. Teknik Pemilihan Background.

Background yang dipilih dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini ialah gambar yang sesuai dengan alur cerita.

c. Teknik Pengambilan Gambar.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan gambar pada proses perancangan iklan layanan masyarakat ini yaitu pergerakan kamera *zoom in*, *zoom out* dan *still down*.

d. Teknik Perancangan Video

Teknik pembuatan video pada iklan ini yaitu melalui proses animasi yang dirancang pada *software* Adobe Flash CS 3 yang kemudian melalui proses *rendering* yang menghasilkan video.

e. Teknik Penerapan Audio

Dalam penenrapan audio penulis menyesuaikan audio dengan adegan yang ada pada video yang kemudian dipasang melalui software pendukung. Sehingga video akan menjadi lebih nyata.

2.2.2 Proses Berkarya

Dalam sebuah proses berkarya penulis melalui beberapa tahap yaitu :

a. Praproduksi

Dalam proses praproduksi terdapat beberapa tahap yaitu :

1. Konsep

Dalam proses ini penulis merancang konsep iklan yang menarik sehingga iklan layanan masyarakat yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

2. Pengumpulan Data

Pada proses ini penulis mengumpulkan data melalui wawancara yang dilakukan di kantor PLN UPJ Semarang Barat , melalui Internet dan melalui Perpustakaan dan buku – buku yang dapat menunjang perancangan iklan layanan masyarakat tersebut.

3. Pengumpulan Bahan.

Setelah melakukan proses pengumpulan data penulis melakukan pengumpulan bahan berupa bahan gambar dan audio yang digunakan pada perancangan iklan layanan masyarakat tersebut melalui internet.

4. Skenario

Setelah proses pengumpulan data penulis merancang skenario agar alur cerita iklan layanan masyarakat tersebut menjadi lebih teratur dan terencana.

5. *Story Board*

Penyusunan storyboard dilakukan penulis agar dapat mempermudah penulis dalam proses perancangan karakter dan proses animasi.

b. Produksi

1. Karakter

Karakter dirancang sesuai dengan sketsa yang telah dibuat pada storyboard yang kemudian diberikan warna sehingga sesuai dengan bentuk yang diinginkan.

2. Perancangan Animasi

Pada tahap ini karakter dan background mulai di animasikan sehingga berbentuk menjadi video melalui software Adobe Flash CS3.

3. Perancangan Audio

Dalam proses ini audio yang digunakan pada perancangan animasi didapat dari proses *dubbing* dan proses pencarian di internet.

4. Video Editing.

Tahap ini setelah perancangan audio dan video selesai yang kemudian disatukan melalui software Adobe Premiere Pro.

c. Pascaproduksi

1. Rendering

Pada proses ini merupakan proses akhir dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini karena file yang telah di render merupakan file video yang telah siap di paketkan.

2. Packaging

Dalam proses ini file iklan layanan masyarakat yang telah di render di burn ke CD ROOM kemudian dpaketkan dan diberi cover.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penyusunan proyek akhir yang berupa iklan layanan masyarakat dengan judul “ ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT AKIBAT BOROS LISTRIK” penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

Perancangan layanan masyarakat dapat dijadikan sebuah himbauan kepada masyarakat agar lebih hemat lagi dalam penggunaan listrik sehingga masyarakat lebih mengerti akan dampak dari pemborosan listrik.

5.2 Saran

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

1. Dalam perancangan iklan layanan masyarakat pemberian solusi akan masalah yang dirancang sebagai tema iklan, sebaiknya lebih jelas agar penonton dapat lebih mengerti akan pesan yang ingin disampaikan iklan tersebut.
2. Proses pergerakan kamera hendaknya tidak terlalu cepat sehingga detail iklan tersebut dapat lebih dinikmati oleh penonton sehingga pesan yang iklan tersebut sampaikan dapat diterima dengan baik..

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kasali. (1992). *Iklan Layanan Masyarakat Merupakan Bagian Dari Pesan Sosial*. Elex Media Komputindo.
- [2]. Widyatama, Rendra. (2007). *Pengertian Iklan* . Erlangga.
- [3]. [Http://www.ebtke.esdm.go.id/id/energi/konservasi-energi/213-intensitas-energi-indonesia-masih-tinggi.html](http://www.ebtke.esdm.go.id/id/energi/konservasi-energi/213-intensitas-energi-indonesia-masih-tinggi.html).
- [4]. [Http://elektronikaindustri.com/pengertian-listrik/](http://elektronikaindustri.com/pengertian-listrik/).
- [5]. [Http://widyo.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/20386/\(9\)Konsep+stori+board.pdf](http://widyo.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/20386/(9)Konsep+stori+board.pdf).
- [6]. [Http://humairahworld.wordpress.com](http://humairahworld.wordpress.com).
- [7]. [Http://lostin1924.wordpress.com/2013/02/28/tarif-listrik-naik-upaya-elegan-pemerintah/](http://lostin1924.wordpress.com/2013/02/28/tarif-listrik-naik-upaya-elegan-pemerintah/).