

**PEMBUATAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BUANGLAH SAMPAH PADA TEMPATNYA**

Wibowo Saputro

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 kebersihan kini telah banyak dibuat ‘dan’ di tayangkan baik lewat papan peringatan baliho ‘atau’ lewat jaringan televisi dan jaringan internet yang kini sangat mudah diakses. Walaupun mengangkat pesan ‘dan’ tema yang sama yaitu kebersihan tetapi masing-masing memiliki pengemasan serta alur cerita yang berbeda-beda sesuai dengan ide masing-masing, tetapi semuanya memiliki satu tujuan yaitu untuk menyampaikan pesan dari sebuah Iklan Layanan Masyarakat tentang makna ‘dan’ tujuan dari ILM . Untuk itu penulis tertarik untuk membuat Iklan layanan Masyarakat Bertema himbuan membuang sampah pada tempatnya dengan bentuk iklan animasi 3dimensi untuk menghimbau masyarakat agar sadar ‘dan’ menjaga kebersihan lewat budaya membuang sampah pada tempatnya. *Software* komputer yang penulis gunakan adalah aplikasi 3d studio max yaitu suatu program untuk pembuatan animasi 3dimensi. Yang memberikan fasilitas tool yang efektif dan *fleksibel* untuk menghasilkan animasi 3d yang menarik. Tujuan dari pembuatan proyek akhir ini adalah untuk merancang ‘dan’ membuat video klip animasi 3D yang kreatif ‘serta’ 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 berguna untuk masyarakat.

Kata kunci : *animasi 3D, 3Dstudio max, ILM, Kebersihan.*

ABSTRAK

Public service advertising themed hygiene has now been made and aired either through sign board billboards or broadcast via television networks and Internet networks are now very accessible. While lifting the message and the same theme ie cleanliness but one on each packaging and storyline different settings and backgrounds also vary in accordance with their respective ideas 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 making an appeal Themed Public service announcements dispose of waste in . Computer software that I use is that a program application 3dmac weeks to manufacture a 3D animation. This program membaerikan facilities and an effective and flexible tool for generating 3d animation interesting.place to form a 3D animated ad that aims to convey the message of how to keep the public aware through littering culture in place. The objective of this final project is to design and create a 3D animated video clips are creative and innovative. It also can produce an interesting video clip with the help of a computer according to the cinematography, ranging from creative development, production process until the finishing stage. With expectation that service advertisements can convey messages and appeals that goal can finally be accepted by the community and society corpulent can understand how how should dispose of garbage properly.

Key word : *animation 3D, 3Dmac, ILM, hygiene*

1. Pendahuluan

Dengan mengangkat tema kebersihan buanglah sampah pada tempatnya, tentunya tema ini sangat diperlukan masyarakat publik untuk ikut menyadarkan diri masing-masing akan pentingnya membuang sampah yang benar dan menjaga lingkungan. Dengan melihat realita yang ada dimana kini kian biasa orang membuang sampah sembarangan baik tua, muda sama saja kurang peduli pada lingkungan, oleh karena itu penulis membuat iklan animasi himbauan membuang sampah pada tempatnya ini agar masyarakat tergerak untuk menjaga kebersihan. Tidak sekedar itu saja tetapi saya juga berharap, ini dapat mengedukasi semua kalangan segala usia agar memulai budaya membuang sampah pada tempatnya. Iklan ini diharapkan juga bisa mengatasi realita sosial yang dimana kebanyakan anak kecil membuang sampah sembarangan karena lingkungan dan karena melihat contoh dari orang tua sebagai *role mode*. Atas dasar itulah penulis

tertarik membuat tema himbauan membuang sampah pada tempatnya.

2. Konsep Berkarya / Landasan Teori

2.1.1 Kebersihan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia kata Kebersihan berarti, keadaan bebas dari kotoran, termasuk di antaranya, debu, sampah, dan bau. Pada zaman modern, setelah Louis Pasteur menemukan proses penularan penyakit atau infeksi disebabkan oleh mikroba, kebersihan juga berarti bebas dari virus, bakteri patogen, dan bahan kimia berbahaya.

Sebenarnya pemerintah telah menyusun peraturan daerah yang mengatur tentang kebersihan dan tata tertib dalam membuang sampah sesuai yang tercantum pada Perda Kota Semarang Nomor 6 Tahun 1993, pelaku pembuang sampah, yang terbukti melakukan pelanggaran membuang sampah sembarangan bisa mendapat sanksi denda maksimal Rp 50 ribu atau

kurungan penjara dengan lama kurungan maksimal 3 bulan penjara.

a. Situasi masyarakat kota Semarang dalam masalah kebersihan

Dewasa ini masyarakat kota Semarang mulai kehilangan rasa kepekaan terhadap masalah kebersihan. Bisa dijumpai sekarang ini masyarakat terkesan acuh melihat sampah yang berserakan dan lingkungan yang kota yang kian jorok, seharusnya hal ini tidak hanya dibebankan kepada Dinas Kebersihan kota Semarang saja sebenarnya ini adalah tanggung jawab bersama warga kota Semarang. Secara pribadi memiliki tanggung jawab untuk membuang sampah pada tempatnya yang harus ditaati . Namun dalam jalannya waktu perda sampah yang ada sejak tahun 1993 ini bagaikan sebuah monumen yang hanya bersifat simbolis tanpa bisa memberikan efek

tertip di masyarakat. Walaupun seiring waktu berjalan pemerintah dan Satpol PP kota Semarang mulai gencar melakukan operasi Yustisi ke daerah-daerah guna melakukan sosialisai sekaligus penindakan bila ditemui pelanggaran, dalam hal ini pemerintah melakukan pendekatan kepada pemangku daerah setempat agar perda kebersihan ini mampu diterima dan dijalankan oleh masyarakat, sebaliknya jika daerah tersebut mampu menjaga kebersihan lingkungannya maka masyarakat sekitar akan mendapatkan *reward*.

b. Permasalahan Yang Dihadapi
Timbulnya perilaku yang salah dalam membuang sampah sebenarnya bila diruntut sebabnya memiliki berbagai faktor yang membuat masyarakat terkesan menyepelkan urusan buang sampah dari faktor-faktor itulah pelaku pembuang sampah

merasa tidak salah dan menganggap pelanggaran yang ia lakukan bukan hal yang tabu sehingga ia akan mengulangnya lagi dan lagi.

1. Faktor prediposisi

(*Predisposing factor*)

Seperti kebiasaan masyarakat membuang sampah sembarang tempat, pengetahuan masyarakat tentang sampah dan pengaruhnya terhadap lingkungan.

2. Faktor yang memudahkan (*Enabling factor*)

Seperti ketersediaan fasilitas dan lain sebagainya.

3. Faktor yang memperkuat (*Reinforcing factor*)

Seperti sikap dan perilaku petugas kesehatan (Notoatmojo, 2003)

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 (Madjadikara, 2004).
- 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 (Lwin & Aitchison, 2005).

- 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 (Madjadikara, 2004).

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 (Madjadikara, 2004).

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 batang/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 disebarakan melalui media massa

5. Iklan Keluarga

Iklan yang pesannya merupakan pemberitahuan tentang suatu peristiwa kekeluargaan kepada keluarga atau khalayak lain.

3. Metode Penciptaan Karya

Pemilihan Alat dan Bahan

Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat tentang himbauan membuang sampah pada tempatnya. Dibutuhkan beberapa alat 'dan' bahan yang memiliki kegunaan masing-masing.

3.1.1 Alat

Beberapa alat yang digunakan untuk pembuatan iklan layanan masyarakat himbauan membuang sampah pada tempatnya, antara lain:

Perangkat keras:

1. Komputer , laptop

laptop menjadi alat yang paling utama dalam pembuatan video iklan layanan masyarakat himbauan membuang sampah pada tempatnya tersebut, adalah:

Processor: Intel(R) Core(TM) i3-2330M

Memory: Memory 2048 MB RAM

CPU : 2.20GHz (4CPUs)

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, *hardwere* lain yang diperlukan juga adalah *headset* karena dalam proses editing iklan animasi ini perlu audio *output* yang sensitif sebab , suara juga sangat diperlukan sebagai *backsound* untuk menghasilkan suara yang bagus dan *balance*. Dalam melakukan penanbahan *backsound* dalam

software Adobe Premiere CS3
khususnya proses pengeditan suara
penulis menggunakan alat berupa
headset.

3. Software

- a. 3d studio max, sebagai software utama dalam pembuatan animasi 3D. Digunakan dalam pembuatan animasi karakter, *inveroment* dan efek.
- b. 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 berupa Iklan Layanan Masyarakat “himbauan membuang sampah pada tempatnya” yang telah penulis susun dapat memberikan kesimpulan :

1. Iklan Layanan masyarakat ini bisa ,memberi pengetahuan kepada masyarakat akan pentingnya membuang sampah pada tempatnya.
2. Dengan diangkatnya tema kebersihan dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini,semoga bisa diterima oleh masyarakat luas dari anak-anak diusia dini,remaja,dewasa dan orang tua dapat menikmatinya,sehingga tujuan iklan dapat tercapai ,yakni pesan dapat tersampaikan .
3. Pembuatan iklan layanan Masyarakat berbasis 3d dikarenakan masyarakat lebih menyukai iklan audiovisual yang lebih mudah diingat ,dan animasi 3d dapat diterima di segala kalangan .
4. Iklan layanan masyarakat ini bisa meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya hidup bersih.

5. Iklan layanan masyarakat himbauan membuang sampah pada tempatnya ini semoga bisa bermanfaat bagi mahasiswa lain dan kalangan umum serta bisa dijadikan referensi dalam berkarya.

6. Saran

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

1. Pemilihan tema cerita harus memiliki konsep yang jelas sebelum iklan layanan masyarakat himbauan membuang sampah pada tempatnya dibuat.
2. Untuk menghasilkan Iklan Layanan Masyarakat yang menarik diperlukan ide - ide kreatif dan penguasaan keahlian menggunakan software yang digunakan, serta sering melihat referensi iklan-iklan layanan masyarakat terbaru baik lewat internet ataupun media lainnya
3. Dalam penggunaan efek, baik itu efek video transisi maupun efek audio diharapkan tidak terlalu berlebihan, sebaiknya sesuai kebutuhan dan cocok dengan tema yang dibawakan, agar tidak mengurangi inti pesan yang ingin

di bawakan, sehingga dapat menjadi karya yang berkesan.

4. Sebaiknya sebelum menentukan pesan alangkah baiknya kita melakukan penelitian lapangan terlebih dahulu sehingga bisa menemukan masalah yang perlu dipecahkan, dengan demikian nantinya karya yang dibuat akan bermanfaat.

7. DAFTAR PUSTAKA

- 1.HR, H Winardi Drs. (2010). *Cara mudah! Belajar Animasi 3D*. Yogyakarta: Harmonia.
- 2.Robert, H (2010). *Adobe Primere Pro CS3 belajar desain efektif praktis*. Surabaya: CV. Maxikom.
- 3.Kadir,abdul (2008).*kebesihan dalam sejarah Indonesia*. Solo.cv.Media ilmu.
- 4.Sutrisno, Mudji et al (2005). *Teks-Teks Kunci Estetika : Filsafat Seni*. Yogyakarta: Galangpress (Anggota IKAPI).
- 5.Hofstetter, Fred T. (2001). *Multimedia Literacy*. Third Edition. McGraw-Hill International Edition,New York.