

1. PENDAHULUAN

Saat ini Teknologi Informasi masih berkembang pesat di segala aspek kehidupan. Di berbagai negara maju dan berkembang, hadir teknologi-teknologi baru yang dapat membantu kita dalam hal pekerjaan. Salah satu contohnya yaitu gadget. Gadget merupakan suatu piranti yang memiliki tujuan dan fungsi praktis yang secara spesifik dirancang lebih canggih dibandingkan dengan teknologi yang diciptakan sebelumnya [1]. Menurut salah satu pakar teknologi informasi dari Institut Teknologi Bandung (ITB), Dimitri Mahayana: sekitar 5-10 persen gadget mania atau pecandu gadget terbiasa menyentuh gadgetnya sebanyak 100-200 kali dalam sehari. Jika waktu efektif manusia beraktivitas 16 jam atau 960 menit sehari, dengan demikian orang yang kecanduan gadget akan menyentuh perangkatnya itu 4,8 menit sekali [2].

Perkembangan gadget yang semakin pesat memang harus diwaspadai. Mereka menganggap bahwa memakai gadget yang canggih sangat menguntungkan. tetapi dalam hal itu, banyak sekali dampak negative dari menggunakan gadget. Salah satu dampak negative-nya yaitu pengaruh interaksi sosial. Menurut Prof. Dr. Soerjono Soekamto di dalam pengantar sosiologi, interaksi sosial merupakan kunci semua kehidupan sosial. Dengan tidak adanya komunikasi ataupun interaksi antar satu sama lain maka tidak mungkin ada kehidupan bersama. Jika hanya fisik yang berhadapan satu sama lain tidak dapat menghasilkan suatu bentuk kelompok sosial yang dapat saling berinteraksi [3].

Dibandingkan dengan kondisi sekarang, dimana orang harus sedikit-sedikit menggunakan gadget walaupun hanya mengecek apakah ada pesan atau panggilan masuk atau tidak. Hal seperti ini yang biasanya sangat mengganggu apabila sedang berinteraksi social dengan orang lain. Dan mulai tidak peka dengan keadaan disekitarnya. Maka perlu adanya kesadaran diri dari masing-masing individu. Untuk mendukung kesadaran masyarakat biasanya terpengaruh dengan melihat suatu iklan berupa video di televisi, di youtube, atau media iklan lainnya. Maka dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat berupa animasi 2D diharapkan mampu membantu menyadarkan masyarakat mengenai dampak gadget bagi interaksi sosial bermasyarakat untuk lebih bisa menghargai waktu, dan bisa meningkatkan interaksi sosial terhadap orang lian agar lebih peka terhadap lingkungan disekitarnya.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Gadget

Gadget merupakan suatu piranti atau instrument yang memiliki tujuan dan fungsi praktis yang secara spesifik dirancang lebih canggih dibandingkan dengan teknologi yang diciptakan sebelumnya. Perbedaan gadget dengan teknologi lainnya yaitu merupakan unsur pembaruan yang berukuran lebih kecil. gadget sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama pada operasi sistem yang digunakan dalam setiap gadget yang dapat meningkatkan kemudahan operasi tiap gadget. Bahkan sekarang seseorang tidak akan lepas oleh

sarana komunikasi yaitu gadget. Dengan semakin meningkatnya minat seseorang terhadap gadget maka banyak juga yang beranggapan bahwa menggunakan gadget canggih sangat menguntungkan.

2.2 Iklan

Iklan merupakan segala sarana komunikasi yang dipakai untuk mengantarkan dan menyebarkan pesan-pesan iklan. Salah satunya yang dipakai untuk produk ini yaitu Iklan layanan masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat merupakan Iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Fungsi dari iklan yang efektif akan mampu mempersuasi (membujuk) seseorang.

Iklan animasi sendiri ialah “Iklan-iklan nan memanfaatkan karakter animasi dan memakai unsur motion grafik, berupa huruf-huruf, judul-judul, atau logo-logo nan biasa digerakkan selain itu iklan ini memposisikan animasi sebagai digital environment.” Selain itu animasi merupakan cara lain buat menampilkan daya tarik iklan.

Animasi banyak digunakan buat produk-produk nan konsumennya begitu luas, dari anak-anak hingga manula. Penggunaan animasi buat iklan produk sarapan pagi, susu, coklat, permen, rokok, minuman dan makanan lainnya, telah berhasil digunakan. Dan dengan demikian, iklan produk sangat berhasil di terapkan, misalkan iklan buat orang dewasa nan sering sekali di gambarkan dengan tehnik tinggi.

Contoh keberhasilan lain, sangat mungkin iklan asuransi Simas mobil berhasil sebab penggunaan animasi. Alasan primer dari penggunaan iklan animasi ialah sebab menghindari rasa bosan dari konsumen. Dengan animasi, tampilan iklan secara visual dan audio dapat direkayasa sedemikian rupa hingga dapat menarik perhatian penonton.. Iklan animasi terdapat unsur-unsur motion grafik berupa huruf-huruf, judul-judul, dan logo.

2.3 Metode Pengembangan Sistem Multimedia

Menurut (Sutopo, 2012) metode pengembangan multimedia terdiri dari beberapa tahapan yaitu[4] :

1. Concept

Tahapan untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program. Selain itu dalam tahapan ini juga ditentukan macam aplikasi dan tujuan aplikasi.

2. Design

Design atau perancangan merupakan tahapan membuat spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan dan kebutuhan material atau bahan untuk program.

3. Material Collecting

Merupakan tahapan dimana dilakukan pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dilakukan. Tahap ini dapat dikerjakan parallel dengan tahap assembly. Akan tetapi dalam beberapa kasus, tahap material collecting dan tahap assembly harus dikerjakan secara linear.

4. Assembly

Assembly (pembuatan) merupakan tahapan dimana semua obyek atau bahan multimedia

dibuat. Untuk pembuatan aplikasi didasarkan pada tahapan design.

5. Distribution

Tahapan dimana aplikasi disimpan dalam suatu media penyimpanan. Pada tahap ini jika media penyimpanan tidak cukup untuk menampung aplikasinya, maka dilakukan kompresi terhadap aplikasi tersebut.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengaplikasian project ini didasarkan pada metode pengembangan system multimedia. Berikut ini adalah penjabarannya.

3.1 Concept

Membuat suatu Iklan Layanan Masyarakat yang segmentasinya ditujukan untuk semua kalangan masyarakat mengenai Dampak Gadget Bagi Interaksi Sosial. Dengan merancang sebuah media iklan berupa video animasi 2 dimensi yang berisi tentang apa saja dampaknya penggunaan gadget bagi interaksi sosial. Dengan menampilkan karakter tokoh utama yaitu seorang pecandu gadget. Seorang pecandu gadget ini sepanjang waktunya hanya sibuk dengan gadgetnya tanpa menghiraukan orang-orang disekitarnya yang mengajak berinteraksi. Dan juga menampilkan tokoh karakter pendukung lain agar pesan sosial tersebut dapat sampai. Pada iklan layanan masyarakat ini juga memberikan pesan-pesan sosial yang diharapkan mampu membantu menyadarkan masyarakat mengenai dampak gadget bagi interaksi sosial. Penentuan konsep ini diperlukan untuk proses produksi dan penentuan

jalannya iklan agar sesuai dengan yang diinginkan.

3.2 Design

Untuk tahapan design dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Desain Karakter, tokoh utama seorang anak kuliah pecandu gadget yang sedang memandangi gadget setiap diajak bicara atau dimintai tolong oleh orang lain. Untuk karakter pendukung lain sebagai teman satu kampus tokoh utama yang mengajak bicara tokoh utama, dan sebagai ibu dari tokoh utama yang menggambarkan wajah kesukaan sedang membawa barang.
- b. Latar Background, pada latar background dibuat sesuai dengan alur cerita. Pertama menggambarkan latar kamar tokoh utama. Kemudian latar yang menggambarkan jalan dimana ada teman tokoh utama yang menyapa. Latar selanjutnya didepan kelas saattokoh utama sedang diajak bicara dengan teman-temannya. Lalu latar yang menggambarkan suatu ruangan dirumah dimana seorang ibu meminta bantuan tokoh utama yaitu sebagai anaknya.

Semua desain karakter, background, dan komponen lainnya menggunakan software Coreldraw X5.

3.3 Material Collecting

Pada tahap ini merupakan tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dikerjakan. Bahan-bahan tersebut antara lain:

1. Audio
Instrument musik (BeatPick) dengan format mp3. Rekaman narasi dengan format MPEG4

2. Teks

Jenis font yang digunakan yaitu Impact dengan size 30pt sampai 40pt.

3. Image

Image yang digunakan sebagai bahan pembuatan iklan layanan masyarakat ini adalah berupa image vektor background, gambar karakter vektor, dan poin-poin penting lainnya seperti gadget, icon-icon social media yaitu facebook, twitter, path, instagram, youtube dan juga slider atau transisi yang dibuat pada Coreldraw X5 dan Adobe After Effect CS3.

4. Wawancara

Cara mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara secara langsung dengan pihak perusahaan IKITAS untuk mendapatkan informasi dari pihak yang bersangkutan.

5. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dilokasi studio produksi animasi mengenai tahapan-tahapan proses pembuatan animasi. Serta melakukan pengamatan melalui film dan video lainnya yang berhubungan.

6. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaan terhadap buku-buku, literature, catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan

3.4 Assembly

Tahap Assembly merupakan tahap dimana seluruh objek multimedia akan dibuat. Pembuatan media ini berdasarkan storyboard yang pembuatannya melalui gambar sketsa tangan. Lalu pada tahap selanjutnya yaitu pembuatan komponen-

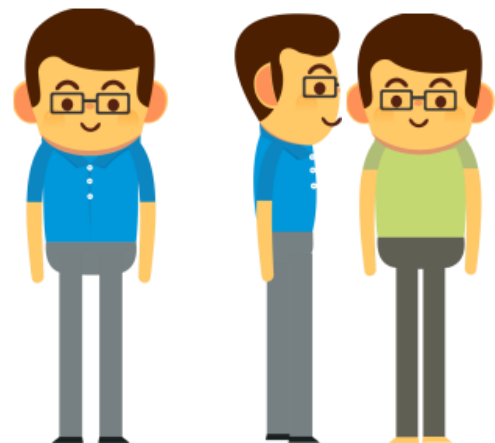
komponen gambar vector seperti tokoh karakter background dan komponen lainnya pendukung sesuai konsep dengan menggunakan software Coreldraw X5. Setelah proses pembuatan bahan gambar vector kemudian di import pada software After Effect untuk selanjutnya diproses animasi. Setelah proses animasi selesai lalu melalui proses rendering pada setiap cuplikan atau scene. Tahap selanjutnya proses penggabungan dan penambahan audio dengan menggunakan software Adobe Premiere CS3, apabila pada proses penggabungan ini selesai maka melalui proses rendering untuk hasil akhir berupa avi.

3.5 Distribution

Pada tahap ini akan dilakukan implementasi serta evaluasi terhadap media multimedia ini. Media yang telah jadi nantinya akan dikemas dalam bentuk CD video dan akan didistribusikan kepada pengguna akhir.

4. HASIL

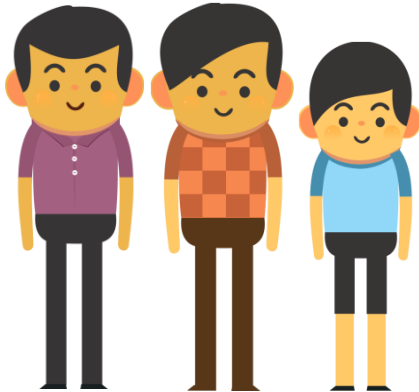
1. Desain karakter tokoh utama



Gambar 1. Karakter Utama



Gambar 2. Karakter Ibu



Gambar 3. Karakter Pendukung Lain

2. Bentuk tampilan dari Iklan Layanan Masyarakat Animasi 2D



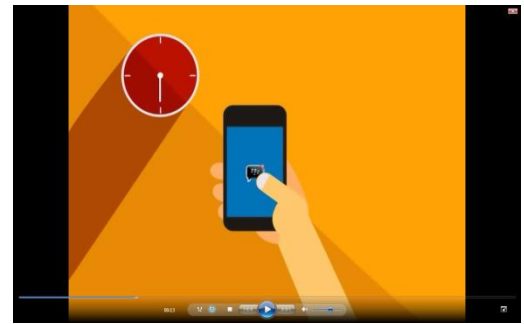
Gambar 4. Judul

Pertama akan muncul judul “Dampak Gadget Bagi Interaksi Sosial” yang telah di beri effect transisi.



Gambar 5. Scene 2

Setelah muncul judul lalu pada scene 2 menampilkan tokoh utama yang baru terbangun lalu ingin meraih gadgetnya.



Gambar 6. Scene 3

Pada scene 3 menampilkan tangan karakter utama yang sedang membuka notif BB Messanger



Gambar 7. Scene 4

Scene 4 menampilkan karakter utama yang sedang berjalan. Lalu ada karakter lain yang menyapa tapi karakter utama hanya siduk dengan memandangi gadgetnya. Dan didalamnya terdapat teks dampak gadget.



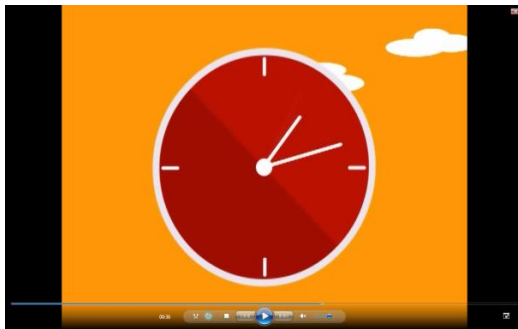
Gambar 8. Scene 5

Scene 5 menampilkan karakter utama yang diajak bicara tetapi hanya sibuk dengan gadget. Lalu muncul teks dampak gadget.



Gambar 11. Scene 8

Menampilkan perputaran jam hingga malam didalamnya ada teks “Menghabiskan Waktu Hanya Untuk Gadget”.



Gambar 9. Scene 6

Scene 6 menampilkan perputaran jam dari pagi hingga siang.



Berupa teks “Tutup Gadgetmu Lihat Duniamu”.



Gambar 10. Scene 7

Scene 7 menampilkan karakter ibu yang meminta tolong kepada tokoh utama untuk membawakan barang, tetapi tokoh utama menolak. Lalu muncul teks dampak gadget.



Berupa teks “Gadget Mungkin Simbol Globalisasi”.



Berupa teks “Tetapi Membatasi Interaksi Sosial Dengan lingkunganmu”.



Berupa teks “Bijaklah Menggunakan Gadgetmu”

Pada scene 9 sampai scene 12 beisikan teks berupa pesan-pesan sosial.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Iklan yang diciptakan adalah iklan layanan masyarakat berbasis animasi 2 dimensi dengan tema pengaruh Gadget dalam interaksi sosial. Iklan ini diciptakan karena kecemasan yang beredar di masyarakat tentang banyak dari generasi muda yang menjadi pecandu gadget. Gadget sejatinya adalah alat komunikasi dan alat yang di buat untuk memudahkan pekerjaan manusia. Tetapi banyak generasi muda yang merasa sangat ketergantungan dengan gadget. Tetapi dampak negatif dari gadget dengan cepat merubah pola pikir masyarakat kita, termasuk generasi muda. Pecandu gadget

berefek pada kepekaan lingkungan yang kurang, atau bahkan menjadi anti sosial. Menganggap media sosial sebagai tempat berteman dan bergaul, dan melupakan perannya dalam masyarakat.

Iklan layanan masyarakat ini memberikan pesan kepada semua lapisan masyarakat tentang efek dari kecanduan gadget yang harus kita waspadai dan kita minimalkan. Dengan adanya manfaat yang nyata dari iklan layanan masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa karya animasi ini telah turun serta dalam meminimalisasi efek kecanduan gadget di masyarakat.

5.2 Saran

Iklan layanan masyarakat ini merupakan faktor kecil meminimalkan efek kecanduan gadget pada masyarakat. Dibutuhkan peran serta aktif dan nyata antar sesama masyarakat untuk dapat mengendalikan efek kecanduan gadget.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://id.wikipedia.org/wiki/Gawai> diakses pada 16 Juni 2015
- [2] <http://panduputrabuana.blogspot.com/2015/01/pengaruh-gadget-terhadap-perilaku.html> diakses pada 16 Juni 2015
- [3] https://id.wikipedia.org/wiki/Interaksi_sosial diakses pada 17 Juni 2015
- [4] Sutopo, Ariesto Hadi. (2012) *.Tekhnologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.