

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Alasan Pemilihan Tema dan Jenis Karya

1.1.1. Alasan Pemilihan Tema

Berita tentang gempa bumi banyak menjadi sorotan masyarakat, seperti gempa bumi yang terjadi di Tasikmalaya, Jakarta, Padang, dan Maluku, juga gempa bumi yang baru saja terjadi di Selandia Baru dan Jepang. Indonesia menjadi salah satu bagian dunia yang rentan terhadap gempa bumi karena secara geografis letak Indonesia berdekatan dengan lempeng-lempeng aktif dan saling berhubungan satu sama lain, serta adanya gunung-gunung berapi yang masih aktif.

Gempa bumi yang terjadi menyebabkan dampak kerusakan yang sangat besar, misalnya sarana-sarana umum seperti bangunan, jembatan, dan jalan raya. Gempa bumi juga dapat diikuti dengan bencana alam yang lain seperti tanah longsor, bahkan tsunami. Peristiwa gempa bumi dapat menimbulkan banyak korban jiwa, baik luka ringan, luka parah, bahkan korban meninggal dunia. Biasanya korban jiwa terluka karena tertimpa bangunan-bangunan yang roboh atau obyek berat lain seperti pohon dan tiang listrik. Ada juga korban yang terperangkap di dalam rumah karena tidak sempat untuk menyelamatkan diri, bahkan terperangkap sehari-hari menunggu pertolongan hingga meninggal dunia. Masyarakat harus bersiaga jika di daerahnya sewaktu-waktu terjadi gempa bumi, khususnya masyarakat yang tinggal di daerah rawan gempa.

Sebenarnya banyak cara yang dapat dilakukan saat gempa bumi datang tiba-tiba. Namun masih banyak korban jiwa yang berjatuhan dalam peristiwa gempa bumi. Hal ini disebabkan karena kurangnya

pengetahuan masyarakat mengenai antisipasi gempa bumi. Pengetahuan tentang cara mengantisipasi gempa bumi tersebut dapat dituangkan lewat iklan layanan masyarakat melalui suatu media. Banyak media yang dapat digunakan untuk menayangkan iklan layanan masyarakat, contohnya surat kabar, spanduk, televisi, radio, dan lain-lain. Dalam hal ini, penulis memilih televisi sebagai media penayangan iklan layanan masyarakat karena televisi merupakan salah satu media yang paling digemari masyarakat dibandingkan radio atau surat kabar. Melalui televisi, masyarakat dapat melihat sekaligus mendengar iklan layanan masyarakat yang ditayangkan. Penyampaian iklan layanan masyarakat melalui televisi akan lebih jelas dan mudah dipahami karena televisi memiliki unsur gambar, teks, suara, gerakan, dan musik. Televisi juga merupakan media yang mampu menjangkau wilayah luas dalam menyampaikan sebuah iklan, termasuk media pemasaran atau peluncuran produk baru (Farbey, 1987).

Dari uraian di atas, penulis memilih tema “Iklan Layanan Masyarakat Antisipasi Gempa Bumi”.

1.1.2. Alasan Pemilihan Jenis Karya

Banyak pihak menghimbau agar masyarakat waspada terhadap gempa bumi yang datang tiba-tiba. Tetapi terkadang masyarakat kurang mengerti himbauan-himbauan tersebut. Menurut Farbey (1987), iklan layanan masyarakat melalui media televisi dapat mempermudah masyarakat untuk memahami sebuah iklan yang ditayangkan karena televisi merupakan media yang mampu menjangkau wilayah luas dalam menyampaikan sebuah iklan, termasuk media pemasaran atau peluncuran produk baru.

Karena iklan layanan masyarakat dengan tema antisipasi gempa bumi melalui media televisi merupakan iklan himbauan dan bersifat penting (darurat), maka iklan layanan masyarakat ini dibuat sederhana dan menarik. Untuk memperoleh hasil yang menarik, itu bergantung pada

bagaimana iklan layanan masyarakat tersebut dapat memanjakan visualisasi penonton (Deddi Duto Hartanto, 2000). Iklan layanan masyarakat melalui media televisi dapat berupa ilustrasi dari kejadian nyata, video amatir, animasi, dan film pendek. Untuk iklan layanan masyarakat bertema cara mengantisipasi gempa bumi, penulis mencoba membuatnya dengan animasi 2D yang menjelaskan tentang cara mengantisipasi gempa bumi. Banyak *software* yang digunakan untuk membuat animasi 2D. Penulis menggunakan *Macromedia Flash 8* sebagai media pembuatan animasi 2D karena *Macromedia Flash 8* banyak digunakan saat perkuliahan berlangsung. Selain itu, penulis juga menggunakan *Adobe Premiere Pro* sebagai media penggabungan animasi, audio, dan video.

1.2. Tujuan dan Manfaat Pembuatan Proyek Akhir

1.2.1. Tujuan Pembuatan Proyek Akhir

Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Antisipasi Gempa Bumi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum, bagaimana cara mengantisipasi saat gempa bumi itu datang, agar tidak memakan banyak korban jiwa.

1.2.2. Manfaat Pembuatan Proyek Akhir

Pembuatan proyek akhir dengan tema Iklan Layanan Masyarakat Antisipasi Gempa Bumi ini memiliki manfaat untuk beberapa pihak khususnya:

a. Pihak Akademis

1. Proyek akhir ini dapat dijadikan sebagai sarana di perpustakaan, terlebih untuk mahasiswa yang membutuhkan bahan saat proyek akhir.
2. Jika proyek akhir ini menarik dan diminati oleh pembaca (di luar universitas), maka dapat menunjukkan bahwa pihak universitas

mampu mengajarkan materi-materi perkuliahan dengan maksimal yang dibuat oleh mahasiswa melalui proyek akhir.

b. Masyarakat

1. Iklan Layanan Masyarakat Antisipasi Gempa Bumi ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengantisipasi saat datangnya gempa bumi.
2. Masyarakat dapat menyebarluaskan iklan ini dengan lisan kepada orang lain yang mungkin belum menyaksikan iklan ini sehingga iklan ini dapat diterima orang lain dengan mudah dan dapat dipraktekkan saat gempa bumi terjadi. Orang lain akan dengan mudah memahami walaupun penyampaiannya lisan karena iklan ini sangat sederhana dan mudah dimengerti.

c. Penulis

1. Penulis dapat menerapkan ilmu yang selama ini didapatkan saat perkuliahan di Universitas Dian Nuswantoro.
2. Secara tidak langsung penulis juga bertambah wawasan tentang bagaimana mengantisipasi gempa bumi dan penulis dapat mengaplikasikan iklan tersebut bagi dirinya sendiri.

1.3. Metode Pengumpulan Data

1.3.1. Metode Dokumentasi

Penulis menggunakan buku terbitan Yayasan IDEP (*Indonesian Development of Education and Premaculture*) untuk PBBM (Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat). Selain itu, penulis juga mengambil gambar dan video tentang gempa bumi dari internet sebagai bahan pembuatan iklan layanan masyarakat ini.

1.3.2. Metode Literatur

Penulis mencari informasi tentang gempa bumi dengan cara melihat berita-berita di televisi, dan membaca di internet.

1.4. Sistematika Penulisan

Penyusunan proyek akhir ini dibagi menjadi lima bab, meliputi:

Halaman Sampul Depan
Halaman Sampul Dalam
Halaman Persetujuan
Halaman Pengesahan
Halaman Pernyataan Keaslian Proyek Akhir
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi
Halaman Ucapan Terimakasih
Halaman Abstrak
Halaman Daftar Isi
Halaman Daftar Gambar
Halaman Daftar Lampiran

BAB I. PENDAHULUAN

- 1.1. Alasan Pemilihan Tema dan Jenis Karya
- 1.2. Tujuan dan Manfaat Pembuatan Proyek Akhir
- 1.3. Metode Pengumpulan Data
- 1.4. Sistematika Penulisan

BAB II. LANDASAN TEORI

- 2.1. Definisi Iklan
- 2.2. Definisi Multimedia
- 2.3. Pengertian Iklan
- 2.4. Pengertian Gempa Bumi
- 2.5. Landasan Estetika/Art yang Digunakan Dalam Berkarya
- 2.6. Landasan TI/ Pemrograman
- 2.7. Desain Produk

BAB III. METODE PENCIPTAAN KARYA

3.1. Pemilihan Alat dan Bahan

3.2. Teknik Berkarya

3.3. Proses Berkarya

BAB IV. HASIL KARYA

4.1. Print Out Karya

4.2. Deskripsi Karya

4.3. Analisis Karya

4.4. Tutorial Karya

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

5.2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN