

## IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA BANJIR BERBASIS MULTIMEDIA ANIMASI MOTION GRAPHIC

Muhammad Alamsyah Try Putra<sup>1\*</sup>, Nataniel Dengen<sup>2</sup>, Andi Syakir<sup>3</sup>

Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Mulawarman  
Kampus Gunung Kelua Barong Tongkok No.6, Samarinda  
E-Mail : allamallman@gmail.com, ndengen@gmail.com, andisyakir.favorit@gmail.com

### ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu cara promosi yang paling ampuh untuk menyampaikan suatu pesan atau mempromosikan sesuatu, iklan layanan masyarakat adalah salah satu jenis iklan yang berisi suatu pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Iklan layanan masyarakat konvensional biasanya kurang menarik karena sifatnya tidak terlalu kreatif sehingga masyarakat yang menyaksikan tidak tertarik dengan iklan tersebut dan isi pesan dari iklan layanan masyarakat tersebut jadi tidak tersampaikan. Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat berbasis multimedia Animasi Motion Graphic ini penulis menggunakan metode studi pustaka untuk pengumpulan data dan penulis menggunakan software berbasis multimedia seperti Adobe After Effect, Photoshop, Adobe Illustrator sebagai penunjang dalam pengerjaan iklan layanan masyarakat ini. Penelitian ini bertujuan agar masyarakat menjadi lebih tertarik dalam menyaksikan iklan layanan masyarakat dan bisa memahami sekaligus menerapkan pesan – pesan bermanfaat yang ada pada iklan layanan masyarakat tersebut.

**Kata Kunci:** Iklan Layanan Masyarakat, Multimedia, Animasi Motion Graphic.

### 1. PENDAHULUAN

Bisnis Komunikasi informasi kini sudah merupakan kebutuhan pokok manusia dan telah menjadi studi yang penting pada saat ini. Salah satu bentuknya dapat kita lihat yaitu komunikasi massa (televisi, radio, surat kabar, dan majalah) yang dalam hal ini pesan yang disampaikan khusus ditujukan kepada massa dan untuk kepentingan massa dimana pesan tersebut terdiri dari cerita maupun iklan.

Iklan merupakan media promosi dimana didalamnya terdapat tujuan utama yaitu memberitahukan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*). Iklan selain sebagai media promosi barang dan jasa juga berguna sebagai media penghimbau untuk mengingatkan atau memberitahukan sesuatu, contoh iklan layanan masyarakat, iklan layanan masyarakat adalah iklan yang biasanya berisi himbauan – himbauan yang bersifat positif dan memiliki nilai edukasi.

Iklan layanan masyarakat memiliki peran yang sangat penting pada saat ada suatu himbauan yang harus disebarkan kepada masyarakat contohnya, himbauan terhadap bahaya banjir. Banjir merupakan suatu bencana rutin di Indonesia terutama di daerah Samarinda, banjir merupakan bencana yang bisa diprediksi dan bisa di minimalisir. Masyarakat perlu dihimbau untuk lebih berhati – hati pada saat musim penghujan karena banjir kerap datang saat musim penghujan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis berinisiatif untuk membuat suatu inovasi dalam pembuatan iklan layanan masyarakat agar lebih menarik yaitu dengan membuat Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir berbentuk video Animasi *Motion Graphic*. Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan masyarakat yang menyaksikan iklan ini akan sadar tentang bahaya banjir dan lebih bisa untuk menjaga lingkungan sekitar agar tetap bersih dari sampah penyebab banjir.

### 2. TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan Masyarakat adalah 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. Iklan layanan masyarakat (*public service announcement*) biasanya dimuat atas permintaan pemerintah atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk menggalang solidaritas masyarakat atas suatu masalah.

Iklan layanan masyarakat pertama kali di perkenalkan secara resmi di Amerika Serikat pada tahun 1942, ketikan dibentuk *The Advertising Council* (Dewan Iklan). Dewan Iklan gencar mengeluarkan iklan layanan masyarakat setelah Perang Dunia II usai, Dewan iklan banyak

mengeluarkan iklan layanan masyarakat untuk mengkampanyekan bahaya penggunaan obat – obatan terlarang dan iklan layanan masyarakat untuk memperbaiki sistem pendidikan.

Pada tahun 1968, biro iklan Intervista menjadi biro iklan pertama yang memelopori pembuatan ILM (Iklan Layanan Masyarakat) yang mengangkat masalah tentang pemasangan petasan yang sedang marak saat itu.

Menurut dewan periklanan di Amerika Serikat yang mensponsori ILM ada beberapa kriteria yang digunakan untuk menentukan sebuah iklan layanan masyarakat atau bukan, yaitu sebagai berikut:

- a. Tidak komersil
- b. Tidak bersifat keagamaan
- c. Tidak bersifat politis
- d. Berwawasan nasional
- e. Diperuntukan untuk seluruh lapisan masyarakat
- f. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui dan diterima
- g. Dapat diiklankan
- h. Memiliki dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional.

Di Indonesia tidak ada organisasi khusus yang dibentuk untuk menangani ILM. Pada umumnya ILM dibuat secara sendiri – sendiri oleh biro iklan yang berkerja sama dengan media pengiklan. Hal ini mengakibatkan kurangnya komitmen dan sinergi dalam merumuskan iklan, biaya, serta pesan yang ingin disampaikan sehingga ILM tidak dilakukan secara rutin. Selain itu ILM juga dikenakan pajak iklan, walaupun ruang dan waktunya disumbangkan oleh media.

### 2.1.1 Tujuan Iklan Layanan Masyarakat

Tujuan dari Iklan Layanan Masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Mengingatkan tentang bahaya bencana banjir kepada masyarakat.
- b. Menghimbau tentang pentingnya menjaga lingkungan sekitar agar tidak terjadi banjir.
- c. Menghimbau masyarakat agar selalu waspada terhadap bencana banjir.

### 2.2 Multimedia

Secara etimologis *Multimedia* berasal dari kata multi (Bahasa Latin, nouns) yang berarti banyak, bermacam-macam, dan medium yang berarti sesuatu yang dipakai untuk menyampaikan atau membawa sesuatu. Kata medium dalam *American Heritage Electronic Dictionary* (1991) juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi (Rachmat dkk, 2006).

*Multimedia* adalah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi (Hofstetter 2001). *Multimedia* sering digunakan dalam dunia hiburan dan dunia game.

*Multimedia* juga dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda dalam menyampaikan informasi berbentuk teks, audio, grafik, animasi, dan video. Berikut adalah definisi *Multimedia* menurut beberapa ahli:

- a. *Multimedia* adalah Kombinasi dari komputer dan video (Rosch, 1996).
- b. *Multimedia* adalah Kombinasi dari tiga elemen: suara, gambar, dan teks (McComick, 1996).
- c. *Multimedia* adalah Alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan video (Robin dan Linda, 2001).
- d. *Multimedia* adalah Kombinasi dari paling sedikit dua media *input* atau *output*. Media ini dapat berupa audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar (Turban dan kawan-kawan, 2002).

### 2.3 Animasi Motion Graphic

*Motion Graphic Animation* adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan dan grafik, misalnya penggunaan running teks dalam iklan atau logo *corporate* di *station ID* atau *company profile*. Jenis animasi ini juga digunakan dalam opening film atau acara di televisi. *Motion Graphic Animation* di Indonesia lebih dikenal sebagai “bumper” dan keberadaannya dipopulerkan dengan munculnya MTV di Indonesia. Bumper – bumper yang ada di MTV inilah yang mempengaruhi lahirnya generasi baru *Motion Graphic* Animasi di Indonesia.

Secara umum, animasi berarti menghidupkan urutan *still image* atau teknik memfilmkan susunan gambar atau model untuk menciptakan rangkaian gerak ilusi. Jadi animasi itu dibentuk dari model-model yang dibuat secara grafis yang kemudian digerakan. Istilah lain untuk animasi adalah *motion graphic* (gambar bergerak). Disebut dengan gambar bergerak karena dalam proses pembuatannya digunakan banyak gambar yang berurutan dan dimanipulasi sedemikian rupa tampak seolah-olah gambar tersebut dapat bergerak. Tujuannya dimaksudkan untuk menipu mata manusia agar mempercayai bahwa memang terjadi gerakan.

Sebuah benda yang mati, lalu gerakan melalui perubahan yang sedikit-sedikit dan teratur sehingga memberikan kesan hidup. Untuk membedakan antara animasi dengan seni lain yang menghidupkan benda mati melalui gerakan (misalkan wayang atau boneka), maka biasanya animasi diberi tambahan kata film animasi.

### 2.4 Storyboard

Pengertian storyboard menurut Halas (Sutopo, 2003:36) merupakan rangkaian gambar manual yang dibuat secara keseluruhan sehingga menggambarkan suatu cerita. Jenis ini banyak digunakan untuk storyboard pembuatan film, sedangkan storyboard menurut Luther (Sutopo, 2003:36) merupakan deskripsi dari setiap scene yang secara jelas



### 3.3 Pembuatan Iklan

#### 1. Menentukan Background

Dalam menentukan background dari video animasi iklan layanan masyarakat ini tidak bisa sembarangan, karena penggunaan background yang tidak sesuai akan menjadikan video terasa kurang menarik atau tidak bagus untuk ditonton. Contoh jika objek dari sebuah scene iklan layanan masyarakat dominan dengan warna hitam kita tidak bisa menggunakan background dengan warna hitam karena jika menggunakan warna background hitam akan menyebabkan kombinasi warna menjadi tidak hidup.

#### 2. Menggambar Konten Animasi

Sebelum membuat animasi peneliti harus membuat konten – konten apa saja yang diperlukan seperti karakter, background, gambar – gambar gedung dll. Proses menggambar konten ini dimulai dari dasar yaitu membuat gambar kota dan dilanjutkan dengan konten – konten lainnya. Proses menggambar konten ini menggunakan software Adobe Illustrator, dimulai dari gambar kasar pada kertas biasa lalu di gambar ulang dengan Adobe Illustrator.

#### 3. Pembuatan Animasi

Pada tahap ini seluruh gambar animasi yang telah di buat dengan Adobe Illustrator mulai di import ke software Adobe After Effect. Mulai dari background, karakter dan konten dipadukan hingga menjadi sebuah animasi bergerak. Karakter di buat bergerak sesuai tahapan, gambar gedung di buat bergeser dan bergantian dengan gambar lainnya.

#### 4. Perekaman Suara Narasi

Narasi direkam saat iklan animasi telah rampung secara keseluruhan agar antara narasi yang direkam dengan video tidak terjadi selisih seperti narasi yang terlalu cepat atau terlalu lambat. Narasi direkam dengan software Adobe Audition dengan menggunakan software ini pengguna dapat dengan leluasa merekam dan mengedit suara sesuai keinginan atau memperbaiki hasil rekaman yang terlalu banyak mengandung noise.

Selain menggunakan software Adobe Audition perekaman suara juga menggunakan hardware berupa microphone sebagai penunjang hasil rekaman yang lebih baik. Dengan microphone hasil rekaman akan terdengar lebih jelas dan noise yang dihasilkan juga bisa diminimalisir dengan baik.

#### 5. Input Suara

Tahap ini adalah tahap dimana suara yang telah ditentukan dimasukkan kedalam video yaitu suara backsound dan narasi. Suara backsound ditentukan sesuai iklan yang telah jadi dibuat. Untuk backsound dalam satu iklan ini hanya diinputkan satu file suara backsound saja jadi backsound tidak berubah dari awal hingga iklan berakhir. File narasi yang diinputkan sesuai scene pada iklan sendiri jadi suara narasi mengikuti tiap scene yang sedang berlangsung maka dari itu suara narasi lebih dari satu file suara yang diinputkan.

### 3.4 Proses Editing dan Rendering

Proses editing dan rendering adalah tahap akhir dari pembuatan iklan layanan masyarakat pada tahap ini seluruh hasil dari pembuatan iklan disatukan untuk di edit sedemikian rupa hingga menjadi Iklan Layanan Masyarakat yang baik dan benar. Pada proses editing seluruh bagian dari animasi yang telah dibuat akan disatukan dan diedit seperti menyatukan gambar – gambar animasi dan memperbaiki jika ada kesalahan, menginput backsound dan suara narasi dll.

Setelah proses editing rampung dikerjakan kemudian hasil dari video yang telah di edit akan melewati proses rendering, rendering yaitu proses penyatuan frame – frame video yang telah di edit. Hasil dari rendering adalah sebuah file video berekstensi yang sudah ditentukan sebelum proses rendering berjalan seperti Mp4, 3Gp, AVI dll.

### 3.5 Penerapan dan Pengujian Iklan

Tahapan pengujian ini dilakukan setelah semua tahap pembuatan iklan dan seluruh komponen dari iklan selesai dijadikan satu menjadi sebuah iklan layanan masyarakat. Tujuan dilaksanakannya uji coba ini adalah untuk mengetahui apakah iklan yang dibuat berhasil membujuk warga untuk semakin menyadari bahaya dari banjir dan pentingnya merawat lingkungan sekitar.

Pada tahap pengujian ini dilakukan dengan cara menampilkan iklan layanan masyarakat kepada masyarakat, setelah iklan selesai ditampilkan peneliti akan memberikan kuisioner yang berisi beberapa pertanyaan. Kuesioner disini berguna untuk mengumpulkan data langsung dari masyarakat itu sendiri yang nanti akan dianalisa apakah iklan layanan masyarakat ini berhasil menghimbau masyarakat agar mulai menyadari tentang bahaya banjir dan tentang pentingnya menjaga lingkungan sekitar untuk meminimalisir resiko musibah banjir.

### 3.6 Deskripsi Iklan

Berdasarkan latar belakang yang tertera, Iklan ini dibuat untuk memberikan himbauan kepada masyarakat khususnya korban banjir yang ada di Kota Samarinda. Karena masih minimnya media informasi tentang bahaya bencana banjir yang ada di Kota Samarinda.

Iklan ini dibuat berbasis Animasi Motion Graphic, Iklan ini menampilkan saran tentang langkah apa saja yang harus kita lakukan saat banjir terjadi dan bagaimana cara merawat lingkungan agar nantinya banjir dapat diminimalisir. Informasi yang terkandung didalam iklan ini bersifat formal dan mudah di mengerti sehingga seluruh golongan masyarakat yang menyaksikan dapat memahami apa isi dari iklan ini.

Pembuatan iklan ini menggunakan 4 (empat) software terkait yaitu, Adobe After effects sebagai software utama untuk membuat animasi, Adobe Illustrator software untuk membuat konten yang akan di animasikan, Adobe Photoshop software penunjang untuk membuat konten yang akan di animasikan dan Adobe Audition software untuk

merekam narasi sekaligus editing suara narasi yang nantinya akan di input ke dalam iklan.

#### 1. Tampilan Judul Iklan

Pada gambar ini menampilkan scene pertama dari iklan yaitu judul, judul disini berguna agar masyarakat yang menyaksikan mengetahui iklan apa yang akan dia tonton.



Gambar 2. Judul Iklan

#### 2. Tampilan Scene 1

Pada gambar ini adalah gambar gedung yang ada di samarinda dengan lalu lintas yang tidak terlalu padat dan latar belakang biru langit yang menandakan Kota Samarinda sedang dalam cuaca yang cerah.



Gambar 3. Scene 1

#### 3. Tampilan Scene 2

Pada gambar ini adalah gambar sebuah pemukiman yang ada didekat sungai dimana sungai banyak terlihat sampah yang menggenang dan warna air sungai pun berwarna coklat kotor, kemudian hujan turun hingga akhirnya air sungai pun meluap sesaat setelah hujan berhenti.



Gambar 4. Scene 2

#### 4. Tampilan Scene 3

Pada gambar ini adalah gambar seorang warga korban banjir dimana warga tersebut berpotensi terserang penyakit yang biasa menyerang saat banjir

melanda seperti gangguan pencernaan, penyakit kulit dan penyakit DBD.



Gambar 5. Scene 3

#### 5. Tampilan Scene 4

Pada gambar ini adalah gambar ilustrasi dari koran dimana isi koran tersebut memberitakan tentang warga yang mulai geram akibat banjir yang sudah sangat sering melanda daerah tempat tinggal mereka.



Gambar 6. Scene 4

#### 6. Tampilan Scene 5

Pada gambar ini adalah gambar scene yang berisi beberapa himbauan kepada masyarakat, dimana himbauan tersebut adalah hal yang baik dilakukan saat bencana banjir terjadi.



Gambar 7. Scene 5

#### 7. Tampilan Scene 6

Pada gambar ini adalah gambar seorang ibu – ibu yang sedang membuang sampah kedalam tong sampah dimana gambar ini bermakna ajakan untuk senantiasa menjaga lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempatnya.



Gambar 8. Scene 6

8. Tampilan Scene 7

Pada gambar ini adalah gambar tangan memegang sejumlah uang dan tulisan “Hukuman denda Hingga 50 Juta Rupiah” dimana ini adalah salah satu dari hukuman yang akan diterima oleh warga yang membuang sampah tidak pada tempatnya sesuai peraturan undang – undang yang berlaku di Kota Samarinda.



Gambar 8. Scene 7

3.7 Pengujian dan Pembahasan

Pengujian Iklan ini dilakukan dengan cara menyambangi warga yang ada di daerah rawan banjir dan melihatkan video iklan layanan masyarakat ini kepada warga. Setelah warga menonton video iklan layanan masyarakat ini sampai selesai, peneliti langsung memberikan kuesioner yang harus di isi oleh warga yang telah menonton video iklan ini untuk mengetahui tanggapan warga tentang iklan yang telah dia tonton.

1. Sampel pengujian menggunakan 25 tanggapan dari responden yang telah menonton video iklan layanan masyarakat ini.
2. Kuesioner yang ini terdiri dari 5 pertanyaan negatif dan 10 pertanyaan positif.

Perhitungan hasil kuesioner diambil menggunakan rumus :

$$\text{Jumlah Skor Tertinggi} = \text{Bobot Nilai Tertinggi} * \text{Jumlah Responden}$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

Dimana :

$$X = \text{Nilai Persentase}$$

$$Z = \text{Jumlah Skor Tertinggi}$$

1. Bagaimana kesan pertama anda saat menonton iklan ini?

$$\text{Sangat Bagus} : 12 * 4 = 48$$

$$\text{Bagus} : 13 * 3 = 39$$

$$\text{Kurang Bagus} : 0 * 2 = 0$$

$$\text{Tidak Bagus} : 0 * 1 = 0$$

$$\text{Total Skor} : 48 + 39 = 87$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 87 / 100 * 100 = 87\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 87% responden menjawab kategori bagus dalam kesan pertama mereka setelah menonton iklan ini.

2. Apakah iklan ini berpengaruh buruk untuk anda?

$$\text{Sangat Buruk} : 0 * 4 = 0$$

$$\text{Buruk} : 1 * 3 = 3$$

$$\text{Kurang Buruk} : 3 * 2 = 6$$

$$\text{Tidak Buruk} : 21 * 1 = 21$$

$$\text{Total Skor} : 3 + 6 + 21 = 30$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 30 / 100 * 100 = 30\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 30% responden menjawab kategori buruk dalam segi pengaruh buruk kepada responden setelah menonton iklan ini.

3. Menurut dari segi gambar apakah iklan ini sudah bagus?

$$\text{Sangat Bagus} : 9 * 4 = 36$$

$$\text{Bagus} : 15 * 3 = 45$$

$$\text{Kurang Bagus} : 0 * 2 = 0$$

$$\text{Tidak Bagus} : 1 * 1 = 1$$

$$\text{Total Skor} : 36 + 45 + 1 = 82$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 82 / 100 * 100 = 82\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 82% responden menjawab kategori bagus dalam segi gambar pada iklan ini.

4. Menurut anda apakah animasi dalam iklan ini menarik?

$$\text{Sangat Menarik} : 12 * 4 = 48$$

$$\text{Menarik} : 12 * 3 = 36$$

$$\text{Kurang Menarik} : 0 * 2 = 0$$

$$\text{Tidak Menarik} : 1 * 1 = 1$$

$$\text{Total Skor} : 48 + 36 + 1 = 85$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 85 / 100 * 100 = 85\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 85% responden menjawab kategori menarik dalam segi animasi pada iklan ini.

5. Apakah iklan ini memberikan kesan buruk kepada anda?

$$\text{Sangat Buruk} : 1 * 4 = 4$$

$$\text{Buruk} : 1 * 3 = 3$$

$$\text{Kurang Buruk} : 1 * 2 = 2$$

$$\text{Tidak Buruk} : 22 * 1 = 22$$

$$\text{Total Skor} : 4 + 3 + 2 + 22 = 31$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 31 / 100 * 100 = 31\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 31% responden menjawab kategori buruk dalam segi kesan setelah menonton iklan ini.

6. Menurut anda apakah kualitas video ini sudah tergolong bagus?

$$\text{Sangat Bagus} : 10 * 4 = 40$$

$$\text{Bagus} : 14 * 3 = 42$$

$$\text{Kurang Bagus} : 1 * 2 = 2$$

$$\text{Tidak Bagus} : 0 * 1 = 0$$

$$\text{Total Skor} : 40 + 42 + 2 = 84$$

$$X = \text{Total Skor} / Z * 100$$

$$X = 84 / 100 * 100 = 84\%$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 84% responden menjawab kategori bagus dalam segi kualitas video setelah menonton iklan ini.

7. Apakah desain iklan ini membosankan?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Membosankan} &: 1 * 4 = 4 \\ \text{Membosankan} &: 5 * 3 = 15 \\ \text{Kurang Membosankan} &: 3 * 2 = 6 \\ \text{Tidak Membosankan} &: 16 * 1 = 16 \\ \text{Total Skor} &: 4 + 15 + 6 + 16 = 41 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 41 / 100 * 100 = 41\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 41% responden menjawab kategori membosankan setelah menonton iklan ini.

8. Menurut anda dari segi suara keseluruhan iklan ini sudah bagus?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Bagus} &: 5 * 4 = 20 \\ \text{Bagus} &: 16 * 3 = 48 \\ \text{Kurang Bagus} &: 2 * 2 = 4 \\ \text{Tidak Bagus} &: 2 * 1 = 2 \\ \text{Total Skor} &: 20 + 48 + 4 + 2 = 74 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 74 / 100 * 100 = 74\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 74% responden menjawab kategori bagus dalam segi suara keseluruhan setelah menonton iklan ini.

9. Apakah iklan ini tidak membantu anda dalam menghadapi banjir?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Tidak Membantu} &: 0 * 4 = 0 \\ \text{Kurang Membantu} &: 1 * 3 = 3 \\ \text{Membantu} &: 15 * 2 = 30 \\ \text{Sangat Membantu} &: 9 * 1 = 9 \\ \text{Total Skor} &: 3 + 30 + 9 = 44 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 44 / 100 * 100 = 44\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 44% responden menjawab kategori kurang membantu setelah menonton iklan ini.

10. Menurut anda apakah himbauan yang terkandung di dalam video ini bermanfaat untuk anda?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Bermanfaat} &: 12 * 4 = 48 \\ \text{Bermanfaat} &: 13 * 3 = 39 \\ \text{Kurang Bermanfaat} &: 0 * 2 = 0 \\ \text{Tidak Bermanfaat} &: 0 * 1 = 0 \\ \text{Total Skor} &: 48 + 39 = 87 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 87 / 100 * 100 = 87\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 87% responden menjawab kategori bermanfaat dalam segi himbauan yang terkandung di dalam iklan ini.

11. Apakah desain iklan ini menarik?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Menarik} &: 7 * 4 = 28 \\ \text{Menarik} &: 16 * 3 = 48 \\ \text{Kurang Menarik} &: 2 * 2 = 4 \\ \text{Tidak Menarik} &: 0 * 1 = 0 \\ \text{Total Skor} &: 28 + 48 + 4 = 80 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 80 / 100 * 100 = 80\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 80% responden menjawab kategori menarik dari segi desain iklan ini.

12. Menurut anda apa tema iklan ini menarik?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Menarik} &: 7 * 4 = 28 \\ \text{Menarik} &: 14 * 3 = 42 \\ \text{Kurang Menarik} &: 2 * 2 = 4 \\ \text{Tidak Menarik} &: 2 * 1 = 2 \\ \text{Total Skor} &: 28 + 42 + 4 + 2 = 76 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 76 / 100 * 100 = 76\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 76% responden menjawab kategori menarik dari segi tema menonton iklan ini.

13. Apakah iklan ini bersifat informatif?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Informatif} &: 12 * 4 = 48 \\ \text{Informatif} &: 13 * 3 = 39 \\ \text{Kurang Informatif} &: 0 * 2 = 0 \\ \text{Tidak Informatif} &: 0 * 1 = 0 \\ \text{Total Skor} &: 48 + 39 = 87 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 87 / 100 * 100 = 87\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 87% responden menjawab kategori informatif setelah menonton iklan ini.

14. Menurut anda apakah iklan ini mempengaruhi anda untuk mulai menjaga lingkungan sekitar?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Mempengaruhi} &: 11 * 4 = 44 \\ \text{Mempengaruhi} &: 11 * 3 = 33 \\ \text{Kurang Mempengaruhi} &: 3 * 2 = 6 \\ \text{Tidak Mempengaruhi} &: 0 * 1 = 0 \\ \text{Total Skor} &: 44 + 33 + 6 + 0 = 83 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 83 / 100 * 100 = 83\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 83% responden menjawab kategori pengaruh terhadap responden dalam segi menjaga lingkungan sekitar setelah menonton iklan ini

15. Menurut anda apakah informasi yang terkandung dalam video ini tidak berguna?

$$\begin{aligned} \text{Sangat Tidak Berguna} &: 0 * 4 = 0 \\ \text{Tidak Berguna} &: 10 * 3 = 30 \\ \text{Berguna} &: 1 * 2 = 2 \\ \text{Sangat Berguna} &: 14 * 1 = 14 \\ \text{Total Skor} &: 30 + 2 + 14 = 44 \\ X = \text{Total Skor}/Z * 100 \\ X &= 44 / 100 * 100 = 44\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan 44% responden menjawab kategori tidak berguna dalam segi informasi yang terkandung dalam iklan ini.

Berdasarkan hasil perhitungan skala kuesioner diatas menunjukkan bahwa iklan ini layak untuk di publikasikan masyarakat sebagai media informasi yang bersifat Informatif dan menarik bagi masyarakat korban banjir.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Dari proses pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi Motion Graphic serta dari penelitian dan pembahasan pembuatan Iklan Layanan Masyarakat ini maka dapat ditarik kesimpulan, dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat ini, proses penghimbau tentang

bahaya banjir kepada masyarakat korban banjir menjadi lebih mudah dan lebih efektif.

#### 4.2 Saran

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dari iklan yang dibuat karena itu penulis memberikan beberapa saran untuk pengembangan penelitian yang serupa sebagai berikut:

- a. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan iklan ini menjadi iklan berbasis 3D.
- b. Desain iklan ini masih terbilang sederhana, diharapkan penelitian selanjutnya bisa membuat atau mengembangkan sebuah iklan dengan desain yang lebih detail dan menarik.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Melwin Syarizal Daulay. 2007. *"Mengenal Hardware-Software dan Pengelolaan Instalasi"*. Yogyakarta : Andi.
- [2]. Atep Muslim. 2015. *"Membuat Rigging Karakter dan Animasi di Adobe After Effects"*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- [3]. Wahana Komputer. 2013. *"Adobe Audition Cs 6: Cara Mudah Buat Produksi Rekaman"*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- [4]. Ariesto Hadi, Sutopo. 2003. *"Multimedia Interaktif"*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- [5]. Walgito, Bimo. 2010. *"Bimbingan Konseling Studi dan Karir"*. Yogyakarta : Andi.
- [6]. Khaeruddin. 2005. *"Belajar Otodidak Adobe Photoshop CS (Menguasai Tanpa Guru)"*. Bandung : Yrama Widya.
- [7]. Suyanton, M. 2003. *"Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing"*. Yogyakarta: Andi.
- [8]. Vaughan, Tay. 2006. *"Multimedia : Making it Work Edisi 6"*. Yogyakarta: Andi.
- [9]. Dhanta, Rizky. 2009. *"Kamus Istilah Komputer Grafis & Internet"*. Surabaya : Indah.