

IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TENTANG BAHAYA PENEBAANGAN HUTAN
MENGUNAKAN IBIPAINIX, FLIPAFLIP, dan CAPCUT.

Muhamad Safi'i

SMK Roudlotul Muhtadiin, Jawa Tengah, Indonesia

Email: musyafu21@gmail.com

Abstrak

Hutan dapat digunakan berbagai macam kepentingan manusia, seperti batang pohon yang dapat digunakan untuk bahan baku membuat rumah, daun – daun dapat digunakan sebagai obat, batang kayu dapat digunakan untuk bahan mentah membuat kerta, dan masih banyak lagi. Hutan merupakan sebuah daratan luas yang di dominasi oleh pepohonan dan ratusan tumbuhan yang berbeda – beda. Hutan sangat penting bagi kehidupan manusia dan mahluk lainnya. Hutan menyumbang 75% dari produksi biosfer bumi dan mengandung 80% biomasa tanaman bumi dan juga menghasilkan banyak oksigen untuk mahluk hidup di sekitarnya.

Teknologi dapat menjadi sarana sebagai perantara untuk menjaga hutan melalui media berupa animasi. Melalui iklan animasi dapat memberi suatu informasi pentingnya melestarikan hutan bagi mahluk hidup.

Pada pembuatan video animasi yang dirancang menggunakan aplikasi ibispaintx, flipaclip dan capcut. Ibispaintx dirancang untuk membuat sketsa atau gambar awal animasi. Flipaclip digunakan untuk menyatukan gambar yang sudah dibuat dari ibispaintx. Sedangkan aplikasi capcut digunakan untuk menyatukan audio dan video agar menjadikannya sebuah iklan layanan masyarakat berupa animasi.

Keywords : Education, Teknologi Informasi, Iklan Multimedia.

1. INTRODUCTION

Media publikasi yang efektif digunakan pada era teknologi berkembang seperti saat ini adalah media yang memiliki kaitan erat dengan teknologi seperti gadget, televisi, dan komputer. Hal ini dilakukan karena media seperti gadget dan televisi sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan menjadi bagian dari kebiasaan hidup yang dilakukan. Iklan merupakan media publikasi yang efektif untuk digunakan saat ini karena iklan memiliki kaitan yang erat dengan teknologi. Iklan dibedakan menjadi iklan komersial dan iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan nonkomersial dengan maksud mengajak, mendidik, mengarahkan, atau menghimbau masyarakat sebagai warga negara maupun warga dunia [1]. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan dapat digunakan sebagai media untuk mensosialisasikan suatu informasi yang dapat menjadi pengingat bagi masyarakat (penontonnya).

Iklan ini dapat disampaikan melalui berbagai jenis media, di antaranya adalah media cetak, media luar ruang, media digital, dan media lain. Media cetak contohnya adalah koran, majalah, dan poster. Media luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, di pusat keramaian, atau tempat-tempat khusus lainnya seperti di dalam bus kota, gedung, dan pagar tembok. Media digital adalah media seperti televisi dan handphone serta media lain yang dimaksud merupakan bentuk lain dari promosi seperti pin, stiker, dan sablon kaos [2]. Namun, untuk menyampaikan informasi yang kompleks atau menyeluruh, penyampaian iklan layanan masyarakat yang disebar melalui media digital dalam bentuk video dapat menjadikan informasi yang disampaikan menjadi lebih efektif [3].

Terlebih lagi video iklan animasi membutuhkan software media yang memadai dalam perancangan video animasi yang terdiri dari ibispaintx, flipaclip, dan capcut. . Ibispaintx dirancang untuk membuat sketsa atau gambar awal animasi. Flipaclip digunakan untuk menyatukan gambar yang sudah dibuat dari ibispaintx. Sedangkan aplikasi capcut digunakan untuk menyatukan audio dan video agar menjadikannya sebuah iklan layanan masyarakat berupa animasi.

2. METHODS

1) Waktu dan Tempat Penelitian

Perancangan gambar dan video animasi bertempat di Dukuh Tundan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Waktu yang digunakan perancangan pada tanggal 13 Juni 2022.

2) Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan iklan layanan masyarakat dengan menggunakan Teknik :

1) Searching Internet

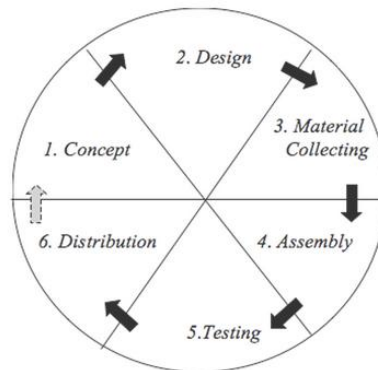
Searching internet merupakan sebuah Teknik pengambilan data melalui internet berupa berita, blog, dan jurnal melalui mesin pencari di internet. Dimana informasi dapat di akses dimanapun tempat dan waktu.

2) Sosial

Sosial merupakan Teknik pengambilan data dengan cara berinteraksi dengan orang di sekitar. Sehingga mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Dapat di peroleh dengan bertanya kepada masyarakat tentang bahaya penebangan hutan.

Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

Metode yang digunakan pada perbarui oleh Iwan Binanto (2010), terdiri atas 6 tahapan yaitu konsep (*concept*), perancangan (*design*), pengumpulan bahan (*material collecting*), pembuatan (*assembly*), tes (*testing*), dan distribusi (*distribution*) [4] yang ditampilkan pada **Gambar 1**. Penelitian ini menggunakan Multimedia Development Life Cycle (MDLC) menurut Luther-Sutopo (2003) yang telah dip



Gambar 1. Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

2.1 Konsep (Concept)

Tahap awal pada metode pengembangan ini adalah konsep. Pada tahap konsep disini yaitu untuk menentukan tujuan dari penelitian, termasuk audien, aplikasi, dan spesifikasi lainnya. Dasar aturan untuk perancangan juga ditentukan pada tahap ini.

2.2 Perancangan (Design)

Pada tahap ini mulai membuat spesifikasi secara rinci mengenai arsitektur proyek, serta gaya maupun spesifikasi yang akan dibuat berdasarkan pada perancangan materi yang akan dimasukkan kedalam video.

2.3 Pengumpulan Bahan (Material Collecting)

Pada tahapan ini yaitu melakukan pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan pada proses berikutnya. Tahap ini dikerjakan secara paralel dengan tahap *assembly*.

2.4 Pembuatan (Assembly)

Tahap *assembly* merupakan tahap dilakukannya pembuatan semua objek/bahan multimedia.

2.5. Pengujian (Testing)

Pengujian dilakukan setelah selesainya tahap *assembly* dengan melakukan pengujian dari video tersebut. Fungsi dari tahap ini adalah melihat hasil pembuatan video apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak.

2.6. Distribusi (Distribution)

Tahap terakhir adalah sebagai tahap hasil dari keseluruhan progres digabung dan disimpan dalam media penyimpanan. Tahap ini juga dapat dikatakan sebagai tahap dilakukannya implementasi dan evaluasi terhadap video dan setelah semuanya selesai.

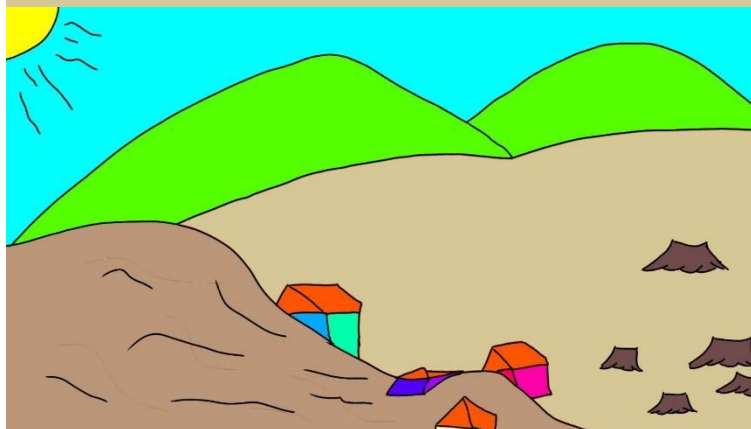
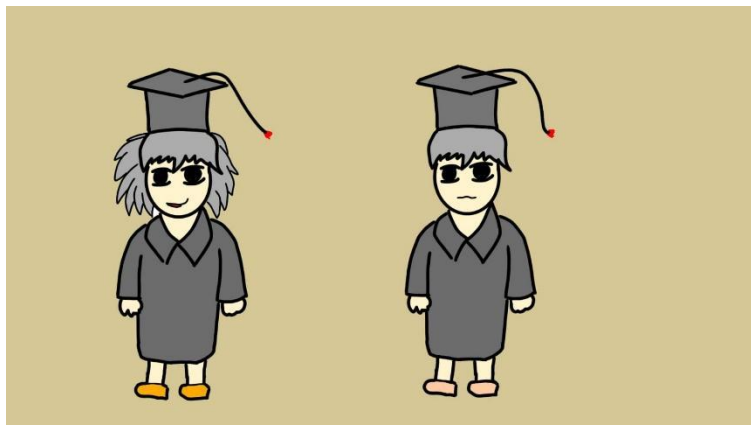
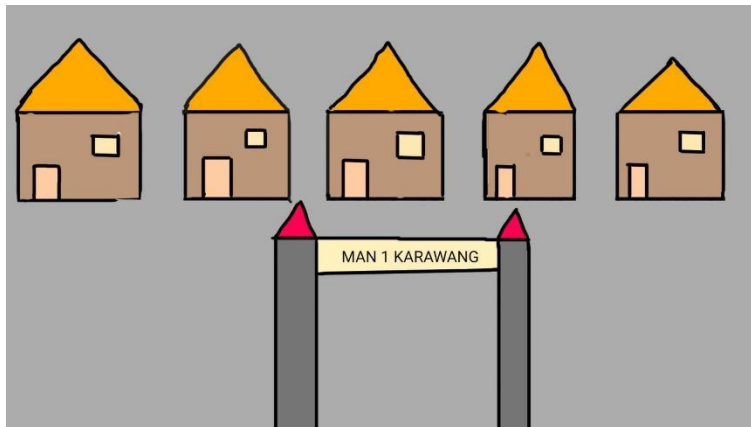
3. RESULT AND DISCUSSION

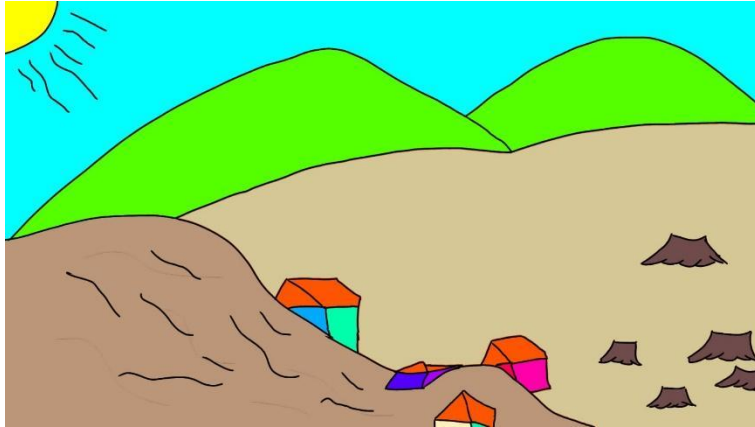
I. Konsep

Tahap awal pada metode pengembangan ini adalah konsep. Pada tahap konsep disini yaitu untuk menentukan tujuan dari penelitian, termasuk audien, aplikasi, dan spesifikasi lainnya. Dasar aturan untuk perancangan juga ditentukan pada tahap ini.

II. Desain

Desain adalah kreativitas kreator untuk merancang sebuah alur sketsa yang akan dibuat pada video promosi tersebut. Pada tahap ini terdapat storyboard untuk menjelaskan alur yang akan dibuat oleh kreator. Menurut [5] dalam proses produksi memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan tahapan itu adalah pra produksi (perencanaan), produksi (liputan), dan pasca produksi (editing dan manipulating). Berikut tabel storyboard Iklan produk indomie:





III. Pengumpulan Bahan

Tahap ini merupakan tahap dimana semua bahan yang dibuat dan kemudian digabungkan menjadi sebuah video cinematic yang utuh. Tahapan pembuatan video tersebut menggunakan aplikasi ibisPaintX, FlipaClip, dan Capcut. Aplikasi tersebut digunakan untuk membuat video pembuka dari iklan serta video penutup iklan. Penggabungan hasil video dari masing-masing *scene* dari *storyboard* yang telah dibuat disini menggunakan aplikasi Capcut. Aplikasi Capcut dipilih untuk editor video dikarenakan aplikasi ini memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap dan simpel.

IV. Pendistribusian

Tahap dalam pembuatan video iklan animasi ini yaitu distribusi. Distribusi adalah tahap dimana suatu video iklan disimpan dalam suatu media penyimpanan dan dipublikasikan *platform* digital seperti youtube yang dapat ditonton melalui link berikut :

V. Pengujian

Setelah tahap pembuatan selesai, tahap selanjutnya adalah tahap pengujian. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui video yang telah dibuat apakah sesuai dengan yang diharapkan/tidak.

Tabel Pengujian Kelayakan :

Tabel 4. Pengujian

No	Keterangan	Status
1.	Menampilkan iklan video animasi sudah sesuai dengan storyboard yang dibuat	Terpenuhi
2.	Pengujian iklan video animasi iklan layanan masyarakat sudah dapat dilihat di media sosial	Terpenuhi
3.	Iklan video cinematic iklan layanan masyarakat sudah layak menjadi media promosi	Terpenuhi
4.	Iklan video cinematic iklan layanan masyarakat beresolusi 1080p HD dan durasi 1 menit 45 detik	Terpenuhi

3. Conculision

Pembuatan video iklan Indomie ini menggunakan Handphone android, dengan hasil video format mp4 berdurasi 1 menit 45 detik. Dengan resolusi 1080p berukuran 211 mb, memerlukan 3 aplikasi yaitu ibispaintX, FlipaClip, dan Capcut. Dengan adanya video ini diharapkan bisa meningkatkan penjualan produk indomie dan membuat para konten kreator semakin kreatif dalam membuat video iklan promosi suatu produk.

Dari banyaknya proses pembuatan video cinematic tersebut bertujuan untuk mempromosikan produk indomie. Untuk menyampaikan pesan kepada target audiens iklan harus berangkat dari melalui berbagai macam proses komunikasi yang baik, juga agar memberikan efek dan first impression yang berkesan dan rasa ingin tahu lebih banyak para penerima nya [6]. Video animasi yang berdurasi 01.45 Detik ini telah selesai dan final menggunakan aplikasi Capcut.

4. References

- [1] Syarif & Al Ahdaf, 2017, “ IMPLEMENTASI ANIMASI 2D PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI SOSIALISASI PENYAKIT DBD ”, Jurnal Rekam, Vol. 15 No. 2 - Oktober 2019.
- [2] Santosa, Pandji. 2009. Adimnistrsi Publik: Teori dan Aplikasi Good Governance. Refika Asitama: bandung.
- [3] Setiawan, Ferry, and AA Sagung Kartika Dewi. *Pengaruh kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada CV. Berkat Anugrah*. Diss. Udayana University.
- [4] Dodik Ridho Nurrocmat. 2005. Strategi Pengelolaan Hutan. Yogyakarta. Penerbit Pustaka Pelajar.
- [5] Mouna Wasef. Menghitung Kerugian Negara Akibat Illegal Logging. www.antikorupsi.org.
- [6] Suriansyah Murhaini. 2012. Hukum Kehutanan. Cetakan II. Yogyakarta. Penerbit: Laksbag Grafika. Hal. 29-30
- [7] Dalam Suriansyah Murhaini. 2012. Hukum Kehutanan. Cetakan II. Yogyakarta. Penerbit: Laksbag Grafika. Hal. 30.