

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
PENYALAHGUNAAN NARKOBA MELALUI MEDIA
MOTION GRAPHIC DI KOTA PADANG**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Desain Komunikasi Visual*



OLEH:

**TESYA SITI MEDINA
NIM.1301244 / 2013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
PENYALAHGUNAAN NARKOBA MELALUI MEDIA *MOTION*
GRAPHIC DI KOTA PADANG**

Nama : Tesya Siti Medina
Nim : 1301244
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 6 Februari 2018

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



Eliva Pebriveni, S.Pd., M.Sn
NIP: 19830201.200912.2.001

Dosen Pembimbing II



San Ahdi, S.Sn., M.Ds
NIP: 19791216.200812.1.004

Mengetahui:
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Svafwan, M.Si
NIP.19570101.198103.1.010

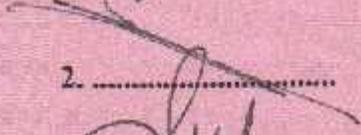
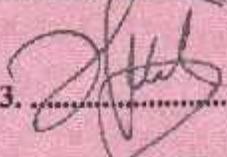
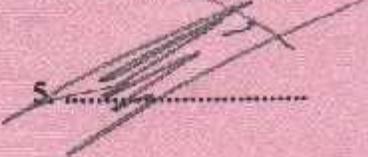
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Perancangan Iklan Layanan Masyarakat
Penyalahgunaan Narkoba Melalui Media *Motion
Graphic* Di Kota Padang
Nama : Tesya Siti Medina
NIM/BP : 1301244
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 6 Februari 2018

Tim Penguji :

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Ketua	: Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn NIP: 19830201.200912.2.001	 1.
2. Sekretaris	: San Ahdi, S.Sn., M.Ds NIP: 19791216.200812.1.004	 2.
3. Anggota	: Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn NIP :19770401.200812.1.002	 3.
4. Anggota	: Dr. Budiwirman, M.Pd NIP : 19590417.198903.1.001	 4.
5. Anggota	: Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn NIP : 19630202.199303.1.002	 5.

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa


Drs. Syafwan, M.Si.
NIP : 19570101.198101.1.010

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Karya Akhir dengan judul **“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Penyalahgunaan Narkoba melalui Media Motion Graphic di Kota Padang”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini, tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 6 Februari 2018

Saya yang menyatakan,



Tesya Siti Medina
1301244

ABTRAK

Tesya Siti Medina. 2013. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Penyalahgunaan Narkoba Melalui Media *Motion Graphic* di Kota Padang

Iklan layanan masyarakat atau biasa di sebut dengan ILM digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak, dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial. Salah satu contoh iklan layanan masyarakat yaitu mengenai penyalahgunaan narkoba melalui media *motion graphic* yang nantinya akan ada di Kota Padang.

Pada saat ini narkoba tidak asing lagi bagi masyarakat indonesia khususnya di kota padang. Penyebab mudahnya terjerumus pada narkoba salah satunya kurangnya pengetahuan dan informasi mengenai narkoba. Pemberian informasi diberikan sedemikian rupa agar mudah dimengerti, salah satunya melalui iklan layanan masyarakat dengan media *motion graphic*.

Tujuan merancang iklan layanan masyarakat mengenai penyalahgunaan narkoba melalui media *motion graphic* agar masyarakat khususnya remaja dengan rentang usia 15 samapi 25 tahun, mendapatkan informasi tentang bahaya narkoba yang dapat mengakibatkan si pemakai menjadi kecanduan akibat dosis obat tersebut, selain itu memberikan solusi baru dalam penyampaian iklan penyalahgunaan narkoba dengan menggunakan media *motion graphic*.

Selain menggunakan media utama dalam bentuk *motion graphic*, perancangan ini juga menggunakan media pendukung seperti poster, *x-banner*, *t-shirt*, pin, gantungan kunci, *mug*, *totebag*, dan stiker sebagai penunjang media utama dan media promosi.

Kata kunci : Iklan Layanan Masyarakat, *Motion Graphic*, Narkoba

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil‘alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Subahanahuwata‘ala atas segala nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini. Tidak lupa shalawat beserta salam untuk junjungan Nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan yang baik dalam menjalani kehidupan dimuka bumi ini.

Karya akhir ini diberi judul **“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Penyalahgunaan Narkoba Melalui Media *Motion Graphic* Di Kota Padang”**. Karya Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan karya akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Syafwan, M.Si selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Zubaidah A, M.Sn selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku sekretaris jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn selaku dosen Penasehat Akademis yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membimbing karya akhir penulis.
5. Ibu Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn dan Bapak San Ahdi, S.Sn., M.Ds selaku dosen Pembimbing I dan II yang telah bersedia meluangkan waktunya,

memberi motivasi, pengarahan dan saran untuk melengkapi segala kekurangan penulisan karya akhir, dalam menyelesaikan karya akhir penulis.

6. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn selaku dosen Penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
7. Bapak Dr. Budiwirman, M.Pd selaku dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
8. Bapak Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn selaku dosen Penguji III yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan sehingga sangat membantu membuka wawasan penulis.

Penulis menyadari mungkin masih banyak kekurangan dalam penulisan karya akhir ini baik yang berasal dari isi, materi dan hasil dari karya akhir ini. Maka dari itu penulis berharap adanya kritikan dan saran untuk menyempurnakan segala kekurangan. Akhir kata penulis berharap semoga Karya Akhir ini menjadi sesuatu yang dapat memberi manfaat kepada pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Amin.

Padang, Januari 2018
Penulis

Tesya Siti Medina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan kepada :

1. Berterima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan, karena hanya kepadanya kita mengadu untuk selalu memberikan kelancaran selama ini.
2. Papa dan Mama yang sangat Saya cintai, terimakasih atas do'a yang tidak ada hentinya untuk kesuksesan anaknya, dan selalu memberikan dukungan selama ini.
3. Terimakasih kepada Apak dan Ibu "Trio Goneri, Sastila Murni" .
4. Kepada kakak dan adik saya "Erinia Rahmatul Husna, Syifa Rasyada, Deasy Oktaviani Azura"
5. Kepada anggota kebelelet wisuda "Meliani oktavia, Irma Octaviani, Mila Darmayati".
6. Terimakasih kepada teman-teman DKV angkatan 2013 untuk kenangan dan perjuangan yang kita lewati bersama.
7. Terimakasih kepada seluruh dosen dan staff Jurusan Seni Rupa.
8. Terimakasih juga kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung Saya selama proses perkuliahan di Fakultas Bahasa dan Seni.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Orisinalitas	3
E. Rumusan Masalah	4
F. Tujuan Perancangan	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
A. Kajian Praktis	5
1. Narkoba	5
2. Jenis-jenis Narkoba yang Sering disalahgunakan	7
3. Data Visual	10
B. Kajian Teoritis	12
1. Iklan Layanan Masyarakat	12

2. Multimedia	15
3. <i>Motion Graphic</i>	17
4. Ilustrasi	20
5. Tipografi	21
6. <i>Layout</i>	24
7. Warna	29
8. <i>Software</i>	31
9. Karya Relevan	32
10. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PERANCANGAN	36
A. Metode Pengumpulan Data	36
1. Wawancara	36
2. Riset Pustaka	36
B. Metode Analisis Data	36
C. Pendekatan Kreatif	38
1. Konsep Media	38
D. Konsep Kreatif	39
1. Tujuan Kreatif	40
2. Strategi kreatif	40
3. Program Kreatif	41
E. Media Utama dan Media Pendukung	42
1. Media Utama	42
2. Media Pendukung	43

F. Jadwal Kerja	43
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	45
A. Teori Media	45
1. Konsep Visual	45
2. Konsep Verbal	48
3. Konsep <i>Audio</i>	49
B. Program Kreatif	49
1. Pembahasan Media Utama	49
2. Pembahasan Media Pendukung	65
C. Layout	70
1. <i>Layout</i> Kasar	71
2. <i>Layout</i> Komprehensif	74
D. Final Desain	78
E. Uji Kelayakan	82
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	87
DAFTAR LAMPIRAN	89
BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel 1 Filosofi Warna Sumber : Kusrianto	29
2. Tabel 2 Jadwal Kerja	43
3. Tabel 3 Warna Karakter	47
4. Tabel 4 Warna <i>Font</i>	48
5. Tabel 5 Warna <i>Background</i> media pendukung	48
6. Tabel 6 <i>Storyboard</i>	52
7. Tabel 7 <i>Screenshot</i> hasil akhir <i>motion graphic</i>	63
8. Tabel 8 Uji Kelayakan 1	83
9. Tabel 9 Uji Kelayakan 2	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar 1 Data kasus narkoba 5 tahun terakhir	6
2. Gambar 2 Wawancara dengan sekretaris BNNK di Kota Padang	6
3. Gambar 3 Baliho media iklan narkoba (di depan Universitas Negeri Padang)	10
4. Gambar 4 Baliho media iklan narkoba (di jalan perintis kemerdekaan)	11
5. Gambar 5 Baliho media iklan narkoba (di jalan <i>Bypass</i>)	11
6. Gambar 6 Baliho media iklan narkoba (di jalan Air Tawar)	12
7. Gambar 7 <i>Komponen Multimedia</i> (Ariyus, 2009:3)	16
8. Gambar 8 wawancara bersama Ryan Rivaldo Vierra	33
9. Gambar 9 Cuplikan <i>Motion Graphic</i>	34
10. Gambar 10 kerangka konseptual	35
11. Gambar 11 Proses perancangan karakter	58
12. Gambar 12 Proses <i>rigging</i>	58
13. Gambar 13 Proses <i>rigging 2</i>	59
14. Gambar 14 Proses <i>rigging 3</i>	59
15. Gambar 15 Menggerakkan objek (<i>Animating</i>)	60
16. Gambar 16 Penggabungan <i>scene</i>	61
17. Gambar 17 <i>Input audio</i>	61
18. Gambar 18 <i>Rendering Motion Graphic</i>	62
19. Gambar 19 Alternatif Poster (<i>Layout kasar</i>)	71

20. Gambar 20 Alternatif <i>X-Banner</i> (<i>Layout kasar</i>)	71
21. Gambar 21 Alternatif <i>Stiker</i> (<i>Layout kasar</i>)	72
22. Gambar 22 Alternatif Gantungan Kunci (<i>Layout kasar</i>)	72
23. Gambar 23 Alternatif Pin (<i>Layout kasar</i>)	72
24. Gambar 24 Alternatif <i>T-Shirt</i> (<i>Layout kasar</i>)	73
25. Gambar 25 Alternatif <i>Totebag</i> (<i>Layout kasar</i>)	73
26. Gambar 26 Alternatif <i>Mug</i> (<i>Layout kasar</i>)	74
27. Gambar 27 Alternatif Poster (<i>Layout komprehensif</i>)	74
28. Gambar 28 Alternatif <i>X-Banner</i> (<i>Layout komprehensif</i>)	75
29. Gambar 29 Alternatif Stiker (<i>Layout komprehensif</i>)	75
30. Gambar 30 Alternatif Gantungan kunci (<i>Layout komprehensif</i>)	76
31. Gambar 31 Alternatif Pin (<i>Layout komprehensif</i>)	76
32. Gambar 32 Alternatif <i>T-Shirt</i> (<i>Layout komprehensif</i>)	76
33. Gambar 33 Alternatif <i>Totebag</i> (<i>Layout komprehensif</i>)	77
34. Gambar 34 Alternatif <i>Mug</i> (<i>Layout komprehensif</i>)	77
35. Gambar 35 Poster (<i>Final desain</i>)	78
36. Gambar 36 <i>X-Banner</i> (<i>Final desain</i>)	79
37. Gambar 37 Stiker (<i>Final desain</i>)	79
38. Gambar 38 Gantungan kunci (<i>Final desain</i>)	80
39. Gambar 39 Pin (<i>Final desain</i>)	80
40. Gambar 40 <i>T-Shirt</i> (<i>Final desain</i>)	81
41. Gambar 41 <i>Totebag</i> (<i>Final desain</i>)	81
42. Gambar 42 <i>Mug</i> (<i>Final desain</i>)	82

43. Gambar 43 Dokumentasi pameran karya akhir	93
44. Gambar 44 ujian karya akhir	93
45. Gambar 45 ujian karya akhir	94
46. Gambar 46 ujian karya akhir	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lampiran I	89
2. Lampiran II	91
3. Lampiran III	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini narkoba (narkotika dan obat-obatan yang mengandung zat adiktif atau berbahannya dan terlarang) tidak asing di Indonesia, karena narkoba sangat populer dikalangan remaja dan generasi muda bangsa Indonesia. Hal ini dikarenakan penyalahgunaan narkoba yang telah merebak ke semua daerah propinsi, kota atau kabupaten. Apabila disalahgunakan diluar tujuan pengobatan serta tanpa pengawasan dokter, secara berlebihan atau terus menerus akan menimbulkan ketergantungan.

Ketergantungan terhadap narkoba dapat menimbulkan gangguan kesehatan jasmani dan rohani yang lebih jauh, sehingga menyebabkan penderitaan dan kesengsaraan sampai kepada kematian yang sia-sia. Saat ini banyak sekali kasus-kasus narkoba yang mengakibatkan remaja terjerumus dengan rentang usia 15 – 25 tahun. Luasnya penjualan narkoba ini secara umum mengakibatkan timbulnya gangguan mental organik dan pergaulan bebas yang pada gilirannya merusak masa depan bangsa. Padahal remaja dan generasi muda adalah harapan bangsa yang akan mengubah bangsa.

Penyebaran narkoba telah menyebar ke Sumatera Barat khususnya di kota Padang. Melalui wawancara yang dilakukan pada 11 September 2017 bersama sekretariat BNNK di Kota Padang, Bapak Bobby Firman, SIP, kasus penyalahgunaan narkoba semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2010 hingga 2015 terjadi peningkatan dalam kasus penyalahgunaan narkoba.

Jumlah kasus yang terjadi pada tahun 2010 sebanyak 98 kasus, tahun 2011 sebanyak 105 kasus, tahun 2012 sebanyak 94 kasus, tahun 2013 sebanyak 116 kasus, tahun 2014 sebanyak 80 kasus, dan tahun 2015 sebanyak 288 kasus. Rentang usia pada kasus ini mulai dari usia 8 sampai 45 tahun.

Melihat semakin banyaknya kasus penyalahgunaan narkoba di Kota Padang, BNN melakukan kegiatan pencegahan baik melalui penyuluhan seperti seminar hingga turun langsung ke masyarakat. Selain itu pihak BNN juga menggunakan ILM atau Iklan Layanan Masyarakat melalui media iklan seperti radio, poster, dan baliho.

Kegiatan pencegahan yang dilakukan melalui ILM belum dirasa efektif. Hal ini terlihat dari peningkatan kasus penyalahgunaan narkoba disetiap tahunnya yang tidak mengalami penurunan. Kurangnya keefektifitasan dikarenakan penggunaan media serta konsep yang kurang menarik dan sama disetiap tahunnya, seperti penggunaan gambar dan *tagline* yang sama. Hal ini menyebabkan masyarakat tidak peduli terhadap kampanye tersebut karena dianggap sudah biasa.

Konsep ILM yang seharusnya sebagai penyampai pesan sosial kepada masyarakat, yang pada umumnya berisi pesan-pesan tentang kesadaran lingkungan dan nasional menjadi tidak tersampaikan dengan baik. Padahal ILM menjadi salah satu kegiatan yang sering digunakan instansi pemerintah seperti BNN dalam melakukan penyuluhan.

Melalui permasalahan tersebut, penulis melakukan perancangan ILM mengenai pencegahan dalam penyalahgunaan narkoba yang akan disampaikan

dengan cara yang lebih menarik. Penulis menggunakan media *motion graphic* yang menggabungkan ilmu desain grafis dan animasi hingga menjadi sebuah bentuk media komunikasi yang unik,` serta konsep yang berbeda dari biasanya yaitu menggunakan gambar, *tagline* dan berupa ikon yang lebih fleksibel, menarik sehingga lebih komunikatif dalam penyampaian pesan kepada target *audiens*.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengangkat judul **“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam Bentuk *Motion Graphic* tentang Penyalahgunaan Narkoba di Kota Padang”**, sebagai judul Tugas Akhir Prodi DKV UNP dalam perancangan ILM yang lebih efektif.

B. Identifikasi Masalah

1. Penyampaian pesan atau informasi pada media cetak yang digunakan dalam penyalahgunaan narkoba di Kota Padang kurang menarik.
2. Penggunaan media yang digunakan saat ini kurang efektif.
3. Iklan layanan masyarakat yang sebelumnya masih kurang komunikatif dalam penyampaian pesan pada target *audiens*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dapat disimpulkan batasan masalah pada perancangan ini adalah media yang digunakan saat ini kurang efektif di Kota Padang dalam penyuluhan penyalahgunaan narkoba.

D. Orinalitas

Pembuatan karya ini dilakukan untuk menyajikan informasi yang memberikan gambaran mengenai bahaya peyalahgunaan narkoba. Sebelumnya

penyajian terhadap bahaya penyalahgunaan narkoba ini masih banyaknya penyalahgunaan narkoba. Berdasarkan alasan di atas maka diperlukan perancangan ILM melalui media *motion graphic*, karya ini disusun dalam bentuk yang menarik. Karya ini orisinal karya perancang dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

E. Rumusan Masalah

Sesuai dari identifikasi masalah di atas, rumusan masalah yang akan diangkat adalah: bagaimana perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk *motion graphic* pada penyuluhan penyalahgunaan narkoba di Kota Padang sehingga lebih menarik dan efektif.

F. Tujuan Perancangan

Tujuan merancang iklan layanan masyarakat mengenai penyalahgunaan narkoba dengan menggunakan *motion graphic* sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat khususnya remaja dengan rentang usia 15 sampai 25 tahun, tentang bahaya narkoba yang dapat mengakibatkan si pemakai menjadi kecanduan akibat dosis obat tersebut, dengan membuat rancangan iklan layanan masyarakat.
2. Memberikan solusi baru dalam perancangan serta konsep ILM penyalahgunaan narkoba dengan menggunakan media *motion graphic*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praktis

1. Narkoba

Menurut Zulkarnain (2007:2) Istilah narkoba sesuai dengan surat edaran Badan Narkotika Nasional (BNN) No. SE/03/2002, merupakan akronim dari narkotika, psikotropika, dan bahan adiktif lainnya. Narkotika yaitu zat-zat alami maupun kimiawi yang jika dimasukkan ke dalam tubuh dapat mengubah pikiran, suasana hati, perasaan, dan perilaku seseorang.

Narkoba merupakan salah satu obat-obatan yang dapat merusak generasi penerus bangsa. Pemerintah melalui BNN melakukan berbagai cara untuk menghindari terjadinya penyebaran narkoba di tengah-tengah masyarakat.

Kota Padang menjadi salah satu kota yang tidak luput dari penyebaran narkoba. Melalui wawancara yang dilakukan pada 14 April 2017 bersama sekretariat BNNK di Kota Padang, Bapak Bobby Firman, SIP menyebutkan bahwa, kasus penyebaran narkoba telah menjadi permasalahan yang banyak terjadi di kalangan masyarakat terutama pada kalangan anak muda. Pada data kasus narkoba lima tahun terakhir yang ada pada SATNARKOBA POLRESTA Padang memperlihatkan peningkatan jumlah kasus narkoba di tiap tahunnya. Sedangkan penggunaannya adalah kalangan muda mulai dari sembilan belas tahun keatas.

**DATA KASUS NARKOBA 5 TAHUN TERAKHIR
YANG ADA PADA SATNARKOBA POLRESTA
PADANG**

Keterangan	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
Jumlah Kasus	66 Kasus	76 Kasus	60 Kasus	88 Kasus	58 Kasus	204 Kasus
Tersangka	98 Orang	105 Orang	94 Orang	116 Orang	80 Orang	288 Orang
Laki-laki	91 Orang	98 Orang	89 Orang	107 Orang	71 Orang	267 Orang
Perempuan	7 Orang	7 Orang	5 Orang	9 Orang	9 Orang	21 Orang

Gambar 1 Data kasus narkoba 5 tahun terakhir
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)



Gambar 2 Wawancara dengan sekretariat BNNK di Kota Padang
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)

Terdapat banyak jenis-jenis narkoba yang tersebar ditengah-tengah masyarakat antara lain adalah ganja, cocain, morfin dan heroin, ecstasy,

shabu-shabu, alcohol. Namun yang banyak beredar atau yang sering digunakan di kota Padang adalah shabu-shabu dan ganja.

2. Jenis-jenis narkotika yang sering disalahgunakan

Menurut Zulkarnaian (2007:4-8) mengatakan jenis-jenis narkoba yang sering disalahgunakan beserta efeknya sebagai berikut :

a) Ganja

Dikenal dengan nama : cannabis, mariyuana, hasish, gelek, budha stick, cimeng, grass, rumput, sayur.

Bentuk : berupa tanaman segar atau yang dikeringkan. Daun ganja bentuknya memanjang, pinggirannya bergerigi, ujungnya lancip, urat daun memanjang di tengah pangkal hingga ujung bila diraba bagian muka halus dan bagian belakang agak kasar. Jumlah helai daun ganja selalu ganjil yaitu 5, 7, atau 9 helai.

Warna : ganja hijau tua segar dan berubah coklat bila sudah lama dibiarkan karena kena udara dan panas.

Penggunaan : dihisap dari gulungan menyerupai rokok atau dapat juga dihisap dengan menggunakan pipi rokok.

Daun ganza mengandung zat THC yaitu suatu zat penyebab terjadinya halusinasi. Getah yang kering disebut Hasish. Apabila dicairkan akan mendapat minyak yang dikenal dengan minyak kanabis.

Efek :

- 1) Denyut jantung semakin cepat, temperature badan menurun, mata merah

- 2) Nafsu makan bertambah
- 3) Santai, tenang dan melayang-layang
- 4) Pikiran selalu rindu pada ganja
- 5) Daya tahan menghadapi problema jadi lemah
- 6) Malas, apatis
- 7) Tidak peduli dan kehilangan semangat untuk belajar maupun bekerja
- 8) Persepsi waktu dan pertimbangan intelektual maupun moral terganggu.

Efek paling buruk dari pemakaian ganja secara kronis dapat menyebabkan kanker paru-paru karena pengaruh kadar *tar* pada ganja jauh lebih tinggi dari pada kadar *tar* pada tembakau. Dan penggunaan ganja dalam jangka waktu panjang dapat mengakibatkan gangguan kewajiban.

Hampir setiap orang yang menjadi pecandu narkoba yang lebih berat seperti heroin pada awalnya mengkonsumsi ganja.

b) Shabu

Dikenal dengan nama : krstal, ubas, SS, mecin.

Bentuk : berupa Kristal

Warna : putih

Penggunaan : dibakar dengan menggunakan aluminium foil dan asapnya dihirup melalui hidung. Dibakar dengan menggunakan botol kaca khusus (bong) dan sntikan.

Efek :

- 1) Badannya merasa lebih kuat dan energik (meningkatkan stamina)
- 2) Tidak mau diam (hiperaktif)
- 3) Rasa percaya diri meningkat
- 4) Rasa ingin diperhatikan orang lain
- 5) Nafsu makan berkurang akibatnya badan semakin kurus. Sering digunakan sebagai salah satu alternative pengurus badan
- 6) Susah tidur
- 7) Jantungnya berdebar-debar
- 8) Tekanan darah meningkat
- 9) Mengalami gangguan pada fungsi social dan pekerjaan

Gangguan shabu mendorong tubuh melakukan aktifitas yang melampaui batas kemampuan fisik/ berkeringat secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan kekurangan cairan tubuh (dehidrasi).

Bagi pengguna yang sudah ketagihan, apabila pemakainya dihentikan (putus zat) akan timbul gejala-gejala sebagai berikut :

- 1) Merasa lelah dan tidak berdaya (stamina menurun)
- 2) Kehilangan semangat hidup (ingin bunuh diri)
- 3) Merasa cemas dan gelisah secara berlebihan, kehilangan percaya diri
- 4) Susah tidur

Berdasarkan fakta dari jenis narkoba dan efeknya kepada si pemakai, maka oleh karena itu penulis menghimbau kepada masyarakat agar menghindari pemakaian yang biasanya diawali dengan coba-coba, kemudian merasa kecanduan yang akhirnya bisa merusak diri sendiri, sehingga si pemakai merasa menderita dan sengsara sampai kepada kematian sia-sia. Hal ini adalah efek dari pemakaian narkoba secara khusus, sementara secara umum efeknya dapat menimbulkan kriminalisasi dalam masyarakat.

3. Data Visual

Penggunaan media serta konsep yang kurang menarik dan sama disetiap tahunnya, seperti penggunaan gambar dan *tagline* terdapat di beberapa lokasi khususnya di Kota Padang, contohnya sebagai berikut :



Gambar 3 Baliho media iklan narkoba
(di depan Universitas Negeri Padang)
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)



Gambar 4 Baliho media iklan narkoba
(di jalan perintis kemerdekaan)
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)



Gambar 5 Baliho media iklan narkoba (di jalan *Bypass*)
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)



Gambar 6 Baliho media iklan narkoba (di jalan Air Tawar)
(Foto: Tesya Siti Medina, 2017)

B. Kajian Teoritis

1. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat atau biasa di singkat ILM adalah iklan sosial. Keberadaannya bersifat independen. ILM tidak terkait bisnis, politik atau agama. Bentuk fisiknya tidak berbeda dengan iklan komersial, sebab keduanya merupakan media komunikasi visual yang berperan untuk mempengaruhi khalayak luas sebagai target sasaran agar dapat tergerak hatinya untuk melakukan sesuatu yang dianjurkan oleh pesan ILM tersebut. Oleh karena itu, perencanaan sebuah ILM mengacu pada konsep iklan komersial (Tinarbuko, 2009:15).

Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan

keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambah pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat secara normatif, bertambahnya pengetahuan, dimilikinya kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat tersebut sangat penting bagi kualitas kehidupan masyarakat itu sendiri. Sebab masyarakat akan terbangun dan digiring pada keadaan yang baik. Umumnya, materi pesan yang disampaikan dalam iklan jenis ini berupa informasi-informasi public untuk menggugah khalayak melakukan sesuatu kebaikan yang sifatnya normatif.

Menurut Pujianto, (2013:8-9) Iklan Layanan Masyarakat adalah :

“Iklan layana masyarakat (ILM) merupakan ajakan atau imbauan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum melalui perubahan kebiasaan atau perilaku masyarakat yang tidak/ kurang baik menjadi lebih baik. Iklan layanan masyarakat sifatnya sosial, bukan semata-mata mencari keuntungan (bisnis). ILM muncul didasari oleh kondisi negara/ masyarakat yang dilanda suatu permasalahan sosial, sehingga pesan-pesan yang ditampilkan kebanyakan bersifat sosial. ILM selalu berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban masyarakat, teknolgi, dan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Setiap iklan membutuhkan penanganan khusus dank has agar pesan yang diiklankan mendapat perhatian dari kelompok masyarakat. Tugas utama ILM adalah menginformasikan pesan sosial kepada masyarakat agar tertarik dan mengikutinya/ menjalankannya”.

Bedasarkan data diatas maka penulis simpulkan bahwa menurut pijianto Iklan Layanan Masyarakat merupakan kategori iklan yang bersifat sosial, dimana pembuatannya adalah untuk menyampaikan informasi guna mengajak dan mendidik khalayak ramai atau masyarakat umum.

Agar ILM diterima masyarakat, tentunya perlu konsep yang baik dan diperlukan pengetahuan yang luas, yaitu kemampuan mengkaji dan memilih data tentang *audiens* dan tema yang hangat di masyarakat, serta ilmu yang berhubungan dengan kemanusiaan (antropologi, sosiologi, psikologi), ilmu komunikasi, pengetahuan bahasa (verbal dan visual), kemampuan merancang, dan mengatur elemen-elemen desain dalam karya ILM (Pujianto, 2013:9).

Pujianto, (2013:9-10) mengatakan bahwa sebelum menciptakan ILM perlu melakukan langkah-langkah identifikasi masalah serta pemilihan dan analisis kelompok sasaran, yaitu:

- a. Menganalisis kebutuhannya, suasana psikologi dan sosiologi yang melingkupinya, bahasanya, jalan pikirannya, serta simbol-simbol yang dengannya.
- b. Menentukan tujuan khusus ILM tentang apa yang harus dicapai dalam kampanye tersebut. Tujuan menyangkut penambahan jumlah yang dilayani *klien* sampai peningkatan kesadaran masyarakat terhadap adanya organisasi atau program-program khusus.
- c. Menentukan tema ILM. Tema iklan layanan masyarakat adalah topik pokok atau *selling points* yang ingin dituju oleh ILM. Suatu tema ILM harus berpusat pada topic atau dimensi program yang sangat penting bagi *klien*.
- d. Menentukan anggaran ILM yang diperlukan untuk suatu kampanye selama periode tertentu.

- e. Perencanaan media yang meliputi identifikasi media yang ada dan tersedia, memilih media yang cocok dan dapat digunakan, dan menentukan waktu dan frekuensi pemublikasian.
- f. Menciptakan pesan-pesan ILM. Komponen-komponen suatu ILM termasuk *headline*, *subheadline*, *bodycopy*, *artwork* dan tanda/ logo yang menarik dan memelihara perhatian sasaran.
- g. Menilai keberhasilan kampanye tersebut melalui evaluasi. Evaluasi ini dilakukan sebelum, selama, dan sesudah kampanye dipublikasikan.

2. Multimedia

Defenisi multimedia secara umum adalah penggabungan berbagai informasi dengan menggunakan fasilitas dari komputer. Multimedia yang berasal dari kata multi yang berarti banyak atau lebih dari satu dan media yang dapat diartikan penyajian suatu tempat. Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, *audio*, gambar, bergerak (vidio dan animasi dengan menggunakan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakaian melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi (Suryanto, 2004).

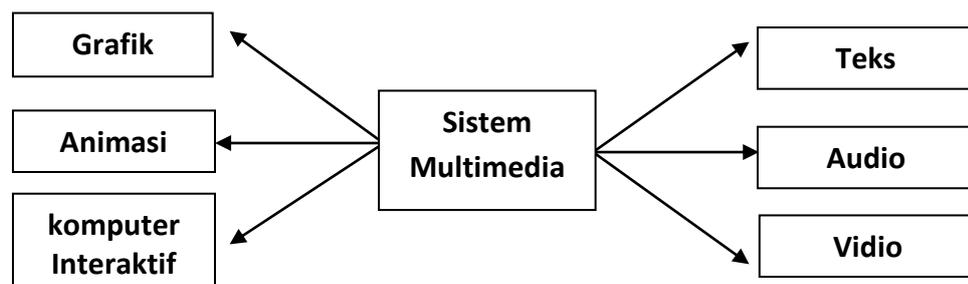
Kelebihan multimedia adalah menarik indra dan minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga Riset dan Penerbitan Komputer yaitu *Computer Technology Research (CTR)*, menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat dan didengar dan 30% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus. Maka multimedia sangatlah efektif. Multimedia menjadi *tool* yang ampuh untuk

pengajaran dan pendidikan serta untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan (Suryanto, 2004).

Menurut Ariyus (2009: 2-3) Multimedia berasal dari dua kata, yaitu multi dan media. Multi berarti banyak dan media biasa diartikan alat untuk menyampaikan atau membuat sesuatu, perantara, alat pengantar, suatu bentuk komunikasi seperti surat kabar, majalah, atau televisi.

Apabila dikaitkan dengan pemrosesan computer, media dianggap sebagai alat yang menampilkan teks, gambar, grafik, suara, musik, dan sebagainya.

Sistem multimedia yang dimaksud disini adalah satu teknologi yang menggabungkan berbagai sumber media seperti teks, grafik, suara, animasi, video, dan sebagainya, yang disampaikan dan dikontrol oleh sistem computer secara interaktif. Gabungan sistem tersebut bisa digambarkan sebagai berikut :



Gambar 7 *Komponen Multimedia* (Ariyus, 2009:3)

Ciri-ciri Umum Sistem Komputer Multimedia

Ariyus, (2009:3) Secara umum, sistem komputer multimedia memiliki beberapa ciri berikut :

- 1) Berkemampuan menukar media apa saja dalam keadaan analog, seperti suara, musik, dan video, ke bentuk digital dan sebaliknya.
- 2) Berkemampuan mengontrol sistem multimedia serta bisa diatur oleh seorang user.

Selain itu, harus dimiliki juga ciri interaktif, yaitu user bisa melakukan akses ke data-data multimedia. Ciri tersebut menjadi pembeda antara video dan televisi yang juga mengandung gabungan teks, suara, animasi, musik, dan klip video. Ciri itu amat bermanfaat dalam beberapa aplikasi multimedia, seperti menampilkan gambar interaktif (Ariyus, 2009:3).

Jadi dari data di atas maka penulis simpulkan bahwa multimedia adalah satu teknologi yang menggabungkan teks, suara, animasi, musik dan video yang dikontrol oleh komputer secara interaktif.

3. Motion Graphic

Menurut Sukarno (2008:2) dalam tugas akhirnya mengatakan bahwa: *motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, foto grafi, dan musik. Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai *title sequence* (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dll.

Sukarno (2008:2) dalam tugas akhirnya menjelaskan:

Menurut Ahli Teori Perfilman Michael Betancourt, dalam artikelnya yang berjudul *The Origins of Motion Graphic*, yang terdapat di *cinographic* pada tanggal 2012, *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. *Motion graphic* biasanya ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi (misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zoetrope*, *praxinoscope*, dan *flip book* juga). Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphic* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu (*transforming graphics*). Sukarno,(2008:2)

Krasner (2008:6) mengatakan bahwa *motion graphic* merupakan sebuah penggabungan antara dua disiplin ilmu yaitu desain grafis dan animasi, menjadi sebuah bentuk media komunikasi yang unik. Prinsip-prinsip dasar dalam *motion graphic* adalah “mengkoreografi gerakan gambar agar terlihat unik dan menarik, memadukan komposisi, unsur koreografi, serta estetika menjadi sebuah alat komunikasi yang mempunyai makna, ekspresi dan kejelasan”.

Untuk membuat *motion graphic* yang efektif menurut Sholifah (2011:2) diperlukan beberapa pertimbangan seperti yaitu :

a. *Spatial*

Pertimbangan ruang seperti posisi, ukuran, arah acuan, arah gerakan, gerakan yang dipengaruhi gerakan lainnya, hubungan pergerakan dengan batas-batas *frame*, factor-faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi. Selain itu, gerakan *frame* yang diciptakan oleh fisik atau simulasi kamera dapat menentukan bagaimana ruang yang dilihat dan ditafsirkan dalam *environment* digital.

b. Temporal

Pertimbangan temporal terdiri dari *time dan velocity*, memiliki peranan yang cukup besar dalam gerakan koreografi. Di dunia video dan film, *time* atau waktu menggambarkan secara *numeric* sebagai frame per second (fps). *Frame rate* ini menggambarkan kecepatan maksimum animasi yang bisa dimainkan untuk membuat ilusi yang berkelanjutan. Standar *frame rate* pada film untuk komersial *motion picture* adalah 24 fps. Efek bisa meningkatkan ekspresif sebelum menjadi animasi.

c. Live Action

Factor-faktor yang perlu diperhatikan ketika bekerja dengan konten *live action* termasuk bentuk atau konteks, properti film, dan sifat sinematik, seperti *tone, contrast, lighting, depth of field, focus, camera angle, shot size*, dan *mobile framing*.

d. Typographic

Type merupakan salah satu prinsip untuk membangun sebuah pesan dalam grafis design. Dalam penggunaan type terdapat beberapa hal yang bisa dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan, misalnya tipe huruf, ukuran, *weight, capital or lowercase*.

Jadi dari data diatas penulis menyimpulkan media *motion graphic* yang menggerakkan suatu objek gambar yang diam atau mati menjadi seolah-olah hidup dan bergerak dengan menggunakan serangkaian gambar dan *icon* yang menjadikan objek atau gambar terlihat bergerak. Media ini juga salah satu bentuk media komunikasi yang unik dan banyak

dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan seperti hiburan, media persentasi, media iklan atau promosi bahkan sebagai media kampanye iklan.

Perancangan iklan layanan masyarakat penyalahgunaan narkoba di kota padang, penulis memilih media *motion graphic* sebagai media utama dalam perancangan kewaspadaan bahaya penggunaan narkoba, dalam media ini akan menampilkan pesan lebih efektif karena dekat dan berinteraksi langsung dengan target *audience*.

4. Ilustrasi

Menurut Kusrianto (2007:14) “ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas sesuatu maksud atau tujuan secara visul”.

Supriyono (2010:51) menjelaskan, “ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan untuk menjelaskan teks sekaligus menciptakan daya tarik”.

Menurut (Fauzia: 2016) Flat Design adalah desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna - warna cerah dan ilustrasi dua dimensi.

Berikut adalah karakteristik dari flat design :

- a. Warna: Dari segi warna flat design menghindari penggunaan warna yang bermacam-macam. Mengkombinasikan 1-3 warna yang cenderung cerah dan solid.

- b. Tanpa Efek: Setiap bentuk yang di buat untuk membentuk susunan layout web tidak menggunakan efek seperti gradasi, emboss, dan efek 3D.
- c. Elemen Sederhana: Seperti bentuk kotak, lingkaran, yang di susun rata berpola.
- d. Pemilihan Font: Font yang digunakan cenderung sederhana dan seragam. Tidak menggunakan banyak kombinasi jenis font.
- e. Minimalis: Hindari membuat desain yang terkesan realistis.

Jadi dari data diatas maka penulis simpulkan bahwa ilustrasi selalu digunakan dalam setiap desain salah satu pada media *motion graphic*, karena dengan menggunakan gambar atau ilustrasi informasi yang disampaikan terlihat menarik dan pesan yang akan disampaikan mudah dipahami, sekaligus untuk menarik perhatian pada target *audiens*. Perancangan iklan layanan masyarakat penyalahgunaan narkoba melalui media *motion graphic* ini, menggunakan ilustrasi *flat design*, dimana pada *flat design* memiliki karakter yang sederhana, bersifat minimalis dalam penggunaan tipografi dan pemakaian warna.

5. Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan). Orang yang memiliki keahlian mencetak disebut tipografer (Supriyono, 2010:19).

Menurut Kusrianto (2010:1) Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun

publikasi visual, baik cetak maupun non cetak. Selain itu menurut Sihombing (2001:3) mengemukakan dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, bahwa pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi.

Tipografi dimaknai sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Saat ini tipografi berkolaborasi dengan bidang-bidang lain, seperti multimedia dan animasi, web dan online media sinematografi, interior, arsitektur, desain produk (Rustan, 2010:16).

Menurut Rustan (2010:74-75) Tipografi terbagi dalam dua aspek penilaian sebagai penyampai pesan yaitu *legibility* dan *readability*.

a. *Legibility*

Legibility berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf atau karakter. *Legibility* menyangkut desain atau bentuk huruf yang digunakan. Suatu jenis huruf dikatakan *legible* apabila masing-masing huruf atau karakter mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain.

b. *Readability*

Readability berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf atau karakter. Teks yang *readable* berarti keseluruhannya mudah dibaca.

Menurut Supriyono (2010:25) berdasarkan sejarah perkembangannya, huruf dapat dikelompokkan menjadi tujuh gaya atau *style* yaitu:

1) Huruf Klasik

Huruf yang memiliki kait (serif) lengkung ini juga disebut *Old Style Roman*, memiliki kemudahan baca (*readability*) cukup tinggi. Salah satu contoh gaya huruf ini adalah *Gramond* (diciptakan oleh Claude Garamond Perancis, 1540) memiliki kait (*serif*) sudut lengkung, tebal tipis yang kontras.

2) Huruf Transisi

Hampir sama dengan huruf *Old Style Roman*, hanya berbeda pada ujung kaitnya yang runcing dan memiliki perbedaan tebal tipis pada tubuh huruf (garis vertikal verbal). Font yang termasuk jenis ini, antara lain *Baskerville* (oleh John Baskerville Inggris, 1750) dan *Century*.

3) Huruf Modern Roman

Huruf-huruf yang termasuk dalam *Modern Roman* antara lain *Bodoni*, Italia, 1767 dan *Scotch Roman*. Huruf ini sudah jarang digunakan untuk teks karena ketebalan huruf sangat kontras, bagian yang vertikal tebal, garis-garis horizontal dan serifnya sangat tipis.

4) Huruf Sans Serif

Disebut *Sans Serif* karena tidak memiliki serif atau kait atau kaki. Salah satu cirri huruf ini adalah memiliki bagian-bagian tubuh yang sama tebalnya. Contoh huruf *Sans Serif* yaitu *Ariel*, *Helvetica*, *Futura*, *Univer* dan *Gill Sans*. Huruf ini kurang tepat digunakan untuk teks yang panjang karena dapat melelahkan pembaca, namun cukup

efektif untuk penulisan judul atau teks yang pendek. Huruf *Sans Serif* ini memiliki citra dinamis dan simple.

5) Huruf Berkait Balok (Egyptian Slab Serif)

Huruf *Egyptian* memiliki kait berbentuk balok yang ketebalannya hampir sama dengan huruf sehingga terkesan elegan, jantan dan kaku.

6) Huruf Tulis (Script)

Jenis huruf ini berasal dari tulisan tangan (*hand writing*), sangat sulit dibaca dan melelahkan jika dipakai untuk teks yang panjang.

7) Huruf Hiasan (decorative)

Huruf dekoratif bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang. Huruf ini cocok dipakai untuk satu kata atau judul yang pendek.

Bedasarkan data diatas maka penulis simpulkan bahwa tipografi dalam sebuah desain komunikasi visual dapat memperkuat karya tersebut dalam berkomunikasi. Disetiap huruf terdapat struktur tersendiri yang sangat berpengaruh dalam kenyamanan membaca dalam sebuah desain.

Perancangan iklan layanan masyarakat penyalahgunaan narkoba, menggunakan jenis huruf *sans serif*, karena dalam Huruf *Sans Serif* ini memiliki citra dinamis dan simple.

6. *Layout*

Desain dan *layout* dilihat dari masa kini sebenarnya adalah hasil perjalanan dari proses eksplorasi kreatif manusia yang tiada henti di amasa

lalu. Menyelami prose situ akan memperkaya wawasan seorang desainer sekaligus membuatnya lebih bijaksana dalam berkarya (Rustan, 2010:0-3)

Wirya (1999:35) mengatakan bahwa tataletak adalah meramu semua unsure grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan baru yang disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu.

Tujuan utama *layout* adalah menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, kedua memudahkan mencari informasi yang dibutuhkan, navigasi dan estetika (Rustan, 2008:27)

a. Elemen *Layout*

Layout memiliki banyak sekali elemen yang mempunyai peran yang berbeda-beda dalam membangun keseluruhan *layout*. Untuk membuat *layout* yang optimal, desainer perlu mengetahui peran masing-masing elemen tersebut.

Menurut Rustan (2010: 23-63) Elemen *layout* dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1). Elemen Teks

Pada umumnya, semua karya desain grafis yang berfungsi sebagai media identitas misalnya kartu nama, kertas surat, maupun media promosi atau publikasi seperti brosur, buku, majalah, surat kabar, mengandung sebagian atau seluruh elemen *layout* yang akan dijabarkan sebagai berikut: Judul, sub judul, *deck*, *caption*, spasi, dan seterusnya.

2). Elemen Visual

Dalam kelompok elemen visual adalah semua elemen bukan teks yang kelihatan dalam suatu *layout*. Biasa saja dalam suatu *layout* hanya terdapat elemen teks dan tidak ada elemen visualnya sama sekali. Dokumen-dokumen yang diketik, isi halaman buku telepon atau kamus, biasanya tidak menggunakan elemen visual. Ada juga yang kebalikannya, hanya ada elemen visual tanpa elemen teks, misalnya pada iklan yang menggunakan strategi *visual-driven*.

3). *Invisible Elements*

Elemen-elemen yang tergolong sebagai *invisible elements* ini merupakan fondasi atau kerangka yang berfungsi sebagai acuan penempatan semua elemen *layout* lainnya.

Selayaknya fondasi atau kerangka sebuah bangunan, elemen inilah yang dirancang terlebih dahulu oleh desainer, baru kemudian menyusun elemen-elemen teks dan visual. Dan sesuai dengan namanya, *invisible elements* ini nantinya tidak akan terlihat pada hasil produksinya (tidak ikut dicetak).

Walaupun demikian elemen-elemen ini mempunyai fungsi yang sangat penting, apalagi bila *layout* akan menggunakan elemen teks yang banyak atau banyak halamannya. Dalam kondisi seperti itu *invisible elements* akan bermanfaat sebagai salah satu pembentuk unity dari keseluruhan *layout*.

b. Prinsip Layout

Prinsip-prinsip *layout* dapat dianalogikan sebagai suatu formula untuk membuat suatu layout yang baik. Formula ini akan bekerja dan memberikan hasil yang maksimal bila diterapkan dengan seksama ditambah dengan latihan dan eksplorasi terus-menerus.

Menurut Rustan (2010:73-86) Prinsip dasar *layout* adalah juga prinsip dasar desain grafis, antara lain:

1). *Sequence* (urutan)

Sequence atau urutan banyak menyebutnya dengan istilah *hierarki/flow/* aliran.

Menurut Mario, Garcia dan Pegie dalam surianto (2010:76) “di wilayah-wilayah pengguna bahasa dan tulisan latin, orang membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah”.

Karena itu pada materi-materi publikasi, urutan atau alur pembacaan kebanyakan didesain berdasarkan kecenderungan tersebut. Namun tidak hanya itu saja, arah gerak mata juga di pengaruhi oleh hal-hal lain berupa pemberian *emphasis/* perbedaan pada suatu objek, seperti warna, ukuran, *style*, dan lain-lain.

2). *Emphasis* (penekanan)

Salah satu pembentukan *emphasis* adalah kontras. Kontras tersebut bertujuan untuk membangun *sequence*. Ada beberapa macam cara

menciptakan kontras, biasa lewat ukuran, posisi, warna, bentuk konsep yang berlawanan, dan masih banyak lagi.

Selain kontras, *emphasis* bisa juga diciptakan lewat elemen *layout* yang mengandung pesan-pesan yang unik, emosional atau kontroversial, efeknya akan lebih kuat dalam menarik orang untuk membacanya.

Emphasis dapat diciptakan dengan berbagai cara, antara lain:

- a) Memberikan ukuran yang jauh lebih besar dibandingkan elemen-elemen *layout* lainnya pada halaman tersebut.
- b) Warna kontras atau berbeda sendiri dengan latar belakang dan elemen lainnya.
- c) Letakkan di posisi yang strategis atau yang menarik perhatian.
- d) Menggunakan bentuk atau *style* yang berbeda dengan sekitarnya.

3). **Balance** (keseimbangan)

Dalam desain grafis, kita mengenal ada dua macam *balance*, yaitu *balance* simetris dan *balance* asimetris. *Balance* atau keseimbangan yang dicapai secara simetris adalah dengan pencerminan. Keseimbangan yang simetris dapat dibuktikan dengan tepat secara matematis, sedangkan yang asimetris keseimbangannya lebih bersifat optis atau “kelihatannya seimbang”.

Menurut Jan Tschichold dalam Suriyanto (2010:82) “layout yang asimetris punya kelebihan, secara optis keseluruhan penampilannya jauh lebih efektif dari pada layout yang simetris”.

Layout dengan keseimbangan asimetris memberi kesan adanya *movement* atau gerakan sehingga lebih dinamis dan tidak statis atau kaku.

Menggunakan keseimbangan simetris dan asimetris sangat tergantung pada konsep yang dibawanya. Kesan formal yang dibawa oleh keseimbangan simetris cocok untuk desain yang membawa pesan konvensional, berpengalaman, terpercaya, dan kokoh.

4). *Unity* (kesatuan)

Unity tidak berarti hanya kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara yang fisik dan yang non-fisik yaitu pesan atau komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.

7. Warna

Adapun makna dalam buku Kusrianto (2009:47) yang terdapat pada warna, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Filosofi Warna Sumber : Kusrianto

NO	WARNA		FILOSOFI
1	Merah		Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresif, bahaya.
2	Biru		Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.

3	Hijau		Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.
4	Kuning		Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur/ kecurangan, pengecut, penghiant.
5	Ungu		Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
6	Orange		Energik, keseimbangan, kehangatan.
7	Cokelat		Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
8	Abu-abu		Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
9	Putih		Kemurnian/ suci, bersih, kecermatan, <i>inocent</i> (tanpa dosa), steril, kematian.
10	Hitam		Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidak bahagiaan, keanggunan.

Jadi dari data diatas maka penulis simpulkan bahwa setiap warna memiliki arti masing-masing, dan warna dapat memberikan pesan emosi pada sebuah objek. Dalam perancangan iklan layanan masyarakat penyalahgunaan narkoba ini menggunakan warna cerah dan gelap seperti penggunaan warna hitam dan abu-abu yang digunakan dalam media pendukung.

8. *Software*

a. Adobe Flash

Adobe flash adalah program yang sangat populer untuk membuat animasi 2D berbasis vector. Kecanggihannya dan kelengkapan fitur yang dimiliki flash, membuat program ini banyak diminati oleh para animator dalam membuat berbagai macam karya animasi 2D. (Madcoms, 2013:2)

b. Adobe Photoshop

Adobe photoshop adalah salah satu software untuk mengolah foto ataupun gambar yang sangat populer saat ini. Dengan Adobe Photoshop kita dapat memperbaiki dan mempercantik foto yang ingin kita cetak dengan menambahkan beberapa efek dalam foto tersebut, sehingga foto yang bisa akan menjadi sebuah foto dengan tampilan yang berbeda dan menarik. (Madcoms, 2011:2)

(http://onlinepublication.amikompuwoko.ac.id/index.php/publication/pdf/403/publikasi_403.pdf, di akses 7 Juli 2017)

c. *Adobe After Effect*

Merupakan salah satu perangkat lunak editing video yang sangat populer dan sudah diakui kecanggihannya. *After effects* adalah *software* yang digunakan untuk membuat efek transisi. *Adobe after effects* merupakan salah satu software animasi multimedia terbaik yang telah menyediakan semua kebutuhan para amatir maupun profesional untuk pembuatan animasi *motion graphic* dan *visual effect*.

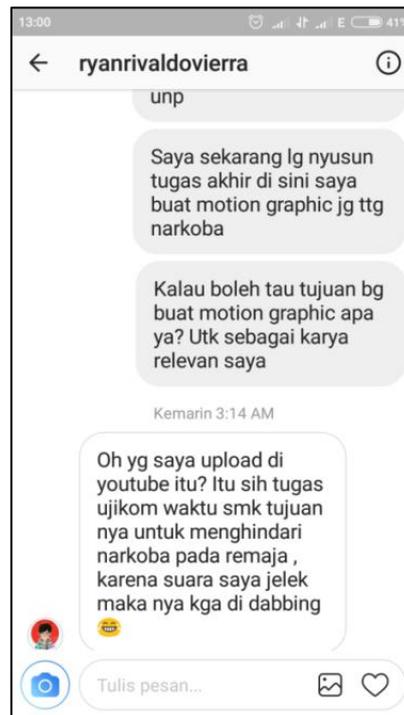
d. *Corel Draw*

Corel draw merupakan aplikasi desain grafis yang berguna untuk membuat desain vector, logo, dan *layout* halaman. Corel draw berfungsi sebagai pengolahan gambar yang terdiri proses pembuatan gambar hingga pewarnaan gambar sehingga pada media promosi 2D *motion graphic* lebih hidup. (http://onlinepublication.amikompuwoko.ac.id/index.php/publication/pdf/403/publikasi_403.pdf, di akses 7 Juli 2017)

Berdasarkan penjelasan di atas, proses pembuatan *motion graphic* akan menggunakan *software adobe illustrator CS6* dalam pembuatan karakter pada iklan layanan masyarakat penyalahgunaan narkoba, setelah selesai dalam pembuatan karakter penulis akan melanjutkan dengan pergerakan karakter, atau penggabungan *scene*, *audio* beserta *sound effect* dengan menggunakan *software after effect CS6*.

9. Karya Relevan

Pada pembuatan iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic* ini sebagai perbandingan, maka penulis mengacu kepada contoh-contoh iklan layanan masyarakat dalam bentuk *motion graphic* yaitu *motion graphic* iklan layanan masyarakat tentang Bahaya Narkoba oleh Ryan Rivaldo Vierra yang dipublikasikan tanggal 22 Februari 2017. Pembuatan ILM tentang narkoba ini, penulis menanyakan langsung melalui media sosial yang dilakukan pada tanggal 3 Februari 2018 dengan Ryan Rivaldo Vierra, menyebutkan tujuan pembuatan iklan tersebut untuk menghindari narkoba pada remaja.



Gambar 8 wawancara bersama Ryan Rivaldo Vierra

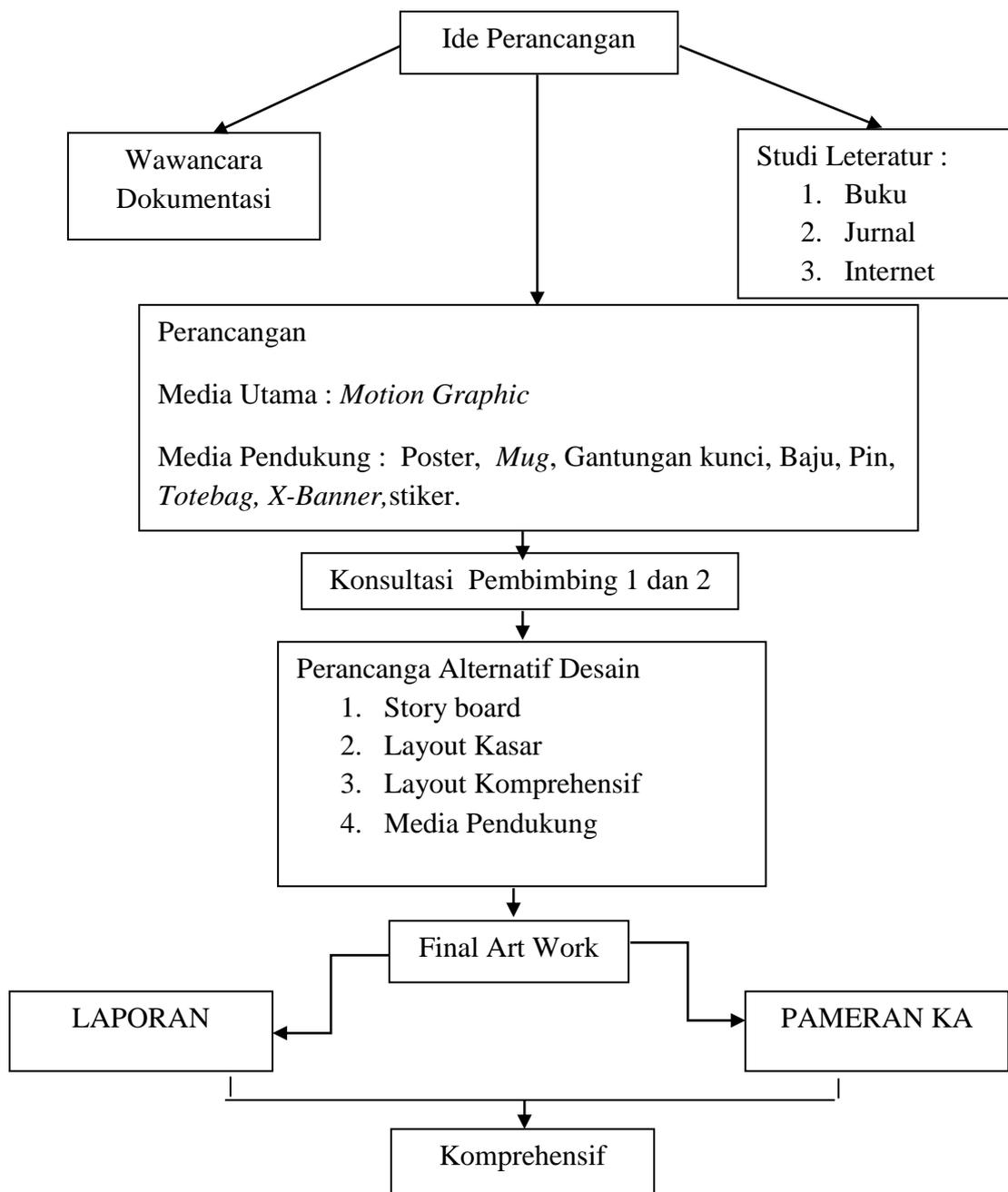
Persamaan dalam perancangan desain yang akan dibuat dengan karya relevan adalah sama-sama menggunakan pemakaian tipografi sans serif agar terlihat *simple*, selain itu juga menggunakan efek meletus ketika menampilkan awal mulai munculnya judul yang nantinya akan ditampilkan, dan menggunakan ilustrasi *flat* desain dalam susana keluarga . Perbedaan yang akan ditonjolkan pada karya yang akan dirancang dengan karya relevan nantinya akan menggunakan pengisian suara sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah untuk dipahami.



Gambar 9 Cuplikan *Motion Graphic* Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=3y4mopexme>

10. Kerangka Konseptual

“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk motion graphic tentang Penyalahgunaan Narkoba di Kota Padang”



Gambar 10 kerangka konseptual

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan Iklan layanan Masyarakat Penyalahgunaan Narkoba di Kota Padang melalui media *motion graphic* menyimpulkan sebagai berikut :

Dengan adanya perancangan ILM tentang Penyalahgunaan Narkoba menggunakan media *motion graphic*, salah satu upaya untuk menyampaikan dan mensosialisasikan informasi kepada masyarakat agar menyadari bahwa narkoba dapat mengakibatkan si pemakai menjadi kecanduan akibat dosis obat tersebut dan dapat merusak diri sendiri, sehingga si pemakai merasa menderita dan sengsara sampai kepada kematian sia-sia.

Perancangan *motion graphic* ini diharapkan dapat menghindari pemakaian narkoba khususnya kepada masyarakat agar lebih peduli dengan kesehatan tubuh dan kehidupannya.

Dalam pelaksanaan perancangan ILM tentang penyalahgunaan narkoba, selain menggunakan media utama dalam bentuk *motion graphic*. perancangan ini juga menggunakan media pendukung seperti Poster, X-Banner, Pin, Stiker, Gantungan Kunci, *Totebag*, *T-Shirt*, dan *Mug*. Media pendukung ini diharapkan mampu memberikan jangkauan informasi kepada masyarakat.

B. Saran

Motion Graphic ini diharapkan memberikan himbauan kepada masyarakat untuk lebih peduli terhadap kesehatan dan kehidupan tanpa narkoba. Selain itu juga diharapkan peranan masyarakat agar saling mengingatkan dan memberi informasi bahwa pentingnya kehidupan, karna apabila tidak menghindari narkoba dapat mengakibatkan kecanduan dan kematian sia-sia.

DAFTAR RUJUKAN

Sumber Buku :

- Bukharla, Fauzan.L. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat dalam Bentuk Motion Graphic Tentang Wawasan HIV/ AIDS Kota Payakumbuh*. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Padang: Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
- Dony, Ariyus. 2009. *Keamanan Multimedia Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.
- Ilyas, Wellya.B. *Perancangan Komunikasi Visual Promosi Motion Graphic Harian Umum Haluan*. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Padang: Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
- Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET.
- Madcoms. 2011.*Adobe Photoshop CS5 Untuk Pemula*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Madcoms. 2013. *Pasti Bisa !! Belajar Sendiri Adobe Flash Pro CS6*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Nasution, Zulkarnain. 2007. *Memilih Lingkungan Bebas Narkoba*. Jakarta : BADAN NARKOTIKA NASIONAL
- Pujianto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.