

**PENCIPTAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
“GIGI SEHAT SENYUM MASA DEPAN”
DENGAN TEKNIK *FLASHBACK***

**KARYA SENI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi**



**Disusun oleh
Arifa Khairianti
NIM: 1010471032**

**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xiii
MOTTO	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Ide Penciptaan.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
D. Tinjauan Karya.....	5

BAB II OBJEK PENCIPTAAN

A. Objek Penciptaan.....	7
B. Analisis Objek.....	12

BAB III LANDASAN TEORI

A. Komunikasi	14
B. Iklan Televisi	15
C.....	Ikla
n Layanan Masyarakat	18
D.....	Stra
tegi Perancangan Iklan.....	20

E.....	Dra	
ma Seri.....		23
F.....	<i>Fla</i>	
<i>shback</i>		23

BAB IV KONSEP KARYA

A. Konsep.....		25
B. Desain Program.....		34
C.....	Des	
ain Produksi.....		36

BAB V PERWUJUDAN DAN PEMBAHASAN KARYA

A. Tahapan Perwujudan.....		67
B. Pembahasan Karya.....		72

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....		99
B. Saran.....		100

DAFTAR PUSTAKA.....		101
----------------------------	--	------------

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesehatan merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia yakni sehat secara jasmani dan sehat secara rohani. Setiap manusia dituntut untuk sehat demi menunjang aktivitas kesehariannya. Oleh sebab itu, harus memperhatikan kesehatannya baik sehat secara jasmani maupun sehat secara rohani. Sehingga dengan sehatnya tubuh secara umum dapat beraktivitas seperti biasanya tapi jika tidak memperhatikan kesehatannya maka terjadi berbagai gangguan yang mengakibatkan rusaknya berbagai tubuh manusia bahkan bisa sampai meninggal dunia. Jadi kesehatan perlu diperhatikan oleh setiap orang.

Kesehatan yang perlu diperhatikan selain kesehatan tubuh secara umum juga kesehatan gigi dan mulut, karena kesehatan gigi dan mulut dapat mempengaruhi kesehatan tubuh secara menyeluruh. Dengan kata lain tubuh merupakan satu kesatuan utuh yang tidak bisa dipisah-pisahkan. Apabila salah satu bagian tubuh yang terganggu kerjanya maka semua bagian tubuh yang lain akan terkena dampaknya. Begitu juga dengan mulut, jika kesehatan mulut menurun, kesehatan tubuh secara umum akan ikut menurun pula.

Kondisi kesehatan gigi dan mulut masyarakat Indonesia perlu mendapat perhatian serius. Menurut data yang dikeluarkan Departemen Kesehatan dari Riskesdas (Riset Kesehatan Dasar) tahun 2007, sekitar 72% penduduk Indonesia mempunyai pengalaman karies (gigi berlubang) dan 46,5% diantaranya merupakan karies aktif yang belum dirawat. Dalam hal menggosok gigi, sebanyak 91% penduduk di usia 10 tahun ke atas telah melakukannya setiap hari, namun hanya 7% yang menggosok gigi dua kali di waktu yang benar, yaitu sesudah makan pagi dan sebelum tidur malam. Hasil riset juga memperlihatkan data memprihatinkan bahwa sebanyak 89% anak-anak dibawah 12 tahun mengalami karies. Dengan kata lain hanya 11% anak Indonesia yang terbebas dari karies. Secara rata-rata penduduk Indonesia memiliki angka PTI (besar keinginan seseorang untuk menambal giginya dalam usaha mempertahankan gigi tetap)

sangat rendah, yaitu sebesar 1,6% (www.suarakarya-online.com/news.html?id=180439 diakses tanggal 13 September 2013).

Fakta-fakta ini membuktikan rendahnya kesadaran dan kemampuan masyarakat untuk memprioritaskan kesehatan gigi dan mulut secara optimal. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan tentang penyakit gigi dan mulut. Masyarakat Indonesia cenderung mengabaikan perawatan kesehatan gigi. Upaya untuk mengatasi masalah diatas dengan adanya *public awareness* tentang penyakit gigi dan mulut serta cara atau teknik merawat kesehatan gigi dan mulut. Apabila gigi tidak sehat atau rusak akan berpengaruh bagi kesehatan tubuh yang lain. Kunci perbaikan kesehatan gigi masyarakat sangat tergantung dari kesadaran pada diri sendiri. Untuk itu diperlukan media untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi. Salah satu cara yang dilakukan adalah memberi kesadaran dan pendidikan kepada khalayak melalui pesan iklan layanan masyarakat.

Pemilihan iklan sebagai karya tugas akhir dikarenakan iklan adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif yang bermaksud membujuk khalayak untuk ikut melakukan tindakan sesuai dengan isi iklan itu sendiri. Keberadaan iklan bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi sikap khalayak (Jefkins, 1995:17). Berbagai macam bentuk iklan pun tersaji dan bisa dilihat kapanpun dan dimanapun. Iklan tidak hanya ditujukan sebagai alat bisnis saja namun iklan juga dipakai sebagai alat untuk tujuan sosial. Iklan yang bertujuan sosial inilah yang dikenal sebagai iklan layanan masyarakat.

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang berisikan pesan – pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus di hadapi yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum (Kasali,1992:52).

Berkembangnya iklan layanan masyarakat dewasa ini dapat juga dipengaruhi berbagai banyak permasalahan sosial yang sedang terjadi di masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat membantu menumbuhkan kesadaran, membangkitkan kepedulian, dan membangkitkan motivasi masyarakat untuk berperan dalam menanggulangi masalah-masalah sosial. Pemilihan media sangat

berpengaruh pada efektifitas tujuan. Televisi merupakan salah satu media komunikasi yang dimiliki oleh anggota masyarakat yang digunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk menyampaikan pesan, dan memberi kesadaran serta pendidikan kepada khalayak.

Televisi sebagai media komunikasi dipandang efektif untuk menyampaikan pesan karena terdapat nilai tambah yang dimiliki televisi yang menjadikan salah satu media massa paling diminati dibanding media massa lain. Televisi satu-satunya media audio visual yang menghadirkan suara dan gambar serta kemampuannya mengatasi jarak, ruang dan waktu. Televisi dianggap mampu memberi dampak yang kuat dalam mempengaruhi persepsi khalayak. Hal ini sejalan dengan penjelasan tentang komunikasi massa yang diartikan sebagai bentuk komunikasi yang ditunjukan kepada sejumlah khalayak yang menyebar, heterogen dan anonim baik melalui media cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima oleh secara sesaat dan serentak (Kuswandi, 2008:67).

Penciptaan karya tugas akhir ini diciptakan suatu iklan layanan masyarakat berjudul "*Gigi Sehat, Senyum Masa Depan*". Pengemasan iklan akan dibuat dengan bentuk drama seri. Drama seri adalah satu tipe drama yang menggunakan karakter yang sama dalam cerita berbeda dalam setiap episodenya (Suban, 2009:28). Sehingga penonton bisa menikmati cerita secara lepas, dan pesan lebih mudah ditangkap. Iklan layanan masyarakat ditujukan bagi semua kalangan, khususnya anak-anak serta keluarga karena keluarga merupakan muara perilaku sehat.

Keunggulan karya ini adalah bentuk kemasan iklan layanan masyarakat menggunakan teknik *flashback*. *Flashback* atau kilas balik menampilkan kembali kejadian yang telah lalu dengan tujuan memperkuat dan memperjelas keadaan yang telah dihadapi dalam suatu adegan (Biran, 2006:226). *Flashback* salah satu cara efektif memberikan penonton informasi yang membantu untuk memahami lebih baik sebuah karakter atau sebuah titik plot. Selain itu, tayangan iklan layanan masyarakat dalam bentuk berseri sangat jarang di Indonesia. Ini bisa jadi terobosan baru dalam dunia periklanan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka karya tugas akhir ini mengambil tema mengenai iklan layanan masyarakat untuk mempengaruhi dan memberikan informasi mengenai pentingnya kesehatan gigi bagi masyarakat luas. Iklan layanan masyarakat dipilih berdasarkan jangkauan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat yang dapat dilakukan dalam waktu yang bersamaan.

B. Ide Penciptaan

Ide penciptaan ini berasal dari pengalaman meremehkan rasa sakit di gigi, hingga obat penghilang nyeri tidak berpengaruh lagi. Hingga dilakukan pemeriksaan diri ke dokter dan mendapati keadaan gigi dan gusi sudah parah. Untuk memperbaiki keadaan gigi harus dilakukan perawatan yang cukup lama dan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang kesehatan gigi, sehingga meremehkan sakit pada gigi. Padahal sakit merupakan tanda bahwa ada sesuatu yang tidak beres pada gigi dan mulut.

Paradigma masyarakat Indonesia sebagai negara berkembang sangat tertinggal dari negara-negara maju lainnya terutama kesadaran masyarakat di daerah terpencil atau masyarakat yang tinggal diperkotaan tapi tidak memiliki kesadaran yang kuat akan pentingnya kesehatan gigi dalam rangka terjaminnya kualitas hidup. Banyak masyarakat yang menggosok gigi dua kali sehari, namun tidak dalam waktu yang tepat, misalnya dilakukan pagi hari dan sore hari. Padahal waktu yang benar untuk menggosok gigi yaitu pagi dan malam hari sebelum tidur. Selain itu, umumnya masyarakat datang ke dokter gigi atau tenaga kesehatan yang merawat gigi ketika gigi sakit. Jika gigi sakit maka tidak akan pergi ke dokter gigi. Kunjungan ke dokter gigi 6 bulan sekali sangat penting sebagai proteksi untuk mencegah terjadinya masalah pada gigi dan mulut. Masalah gigi dan mulut dapat dicegah dengan membangun kebiasaan positif. Masih banyak hal kecil tentang gigi yang belum diketahui oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, iklan layanan masyarakat dirasa penting untuk membangun kesadaran masyarakat tentang kesehatan gigi dan mulut.

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan pembuatan karya iklan layanan masyarakat “*Gigi Sehat, Senyum Masa Depan*” antara lain :

- Menghasilkan karya iklan layanan masyarakat dalam bentuk seri dengan menggunakan teknik *flashback*.
- Menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang kesehatan gigi dan mulut untuk meningkatkan kualitas hidup.
- Menjadi media persuasif masyarakat untuk lebih peduli lagi terhadap kesehatan gigi.

Manfaat pembuatan iklan layanan masyarakat “*Gigi Sehat, Senyum Masa Depan*” antara lain :

- Memberi informasi mengenai kesehatan gigi dan mulut.
- Penciptaan iklan layanan masyarakat diharapkan memberi sebuah pengalaman yang lebih untuk tentang pembuatan iklan.
- Referensi masyarakat perihal kesehatan gigi yang harus masyarakat perhatikan.

D. Tinjauan karya

1. *Tropicana Slim*



Capture 1.1. Shot iklan *Tropicana Slim*

Sumber : <http://www.youtube.com/watch?v=0DehADQ23VU>

Iklan komersial *Tropicana Slim* (2011) merupakan iklan yang menawarkan sebuah produk sehat yang menginspirasi konsumen untuk hidup sehat lebih lama. Iklan ini bertema kesehatan, khususnya penyakit diabetes. Dalam iklan ini karakterisasi ditampilkan melalui *action* eksternal, dimana tokoh melakukan

action dengan tujuan tertentu, berdasarkan motif-motif yang sesuai dengan kepribadian tokoh utama. Iklan ini menggunakan teknik *flashback* menceritakan sosok pemuda pada masa kecilnya ingin seperti papanya, divisualisasikan tokoh melahap *cake* dan gemar menonton pertandingan sepak bola di televisi. Namun ketika mengetahui papa mengidap diabetes, ia menyadari bahwa ia mempunyai 6 kali lebih beresiko terkena diabetes. Ia mengubah pola hidup menjadi lebih sehat, dengan bersepeda dan mengonsumsi produk *Tropicana Slim*. Teknik *flashback* efektif sebagai penguat informasi cerita. Penggunaan *voice-over narration* sebagai alat menyampaikan penjelasan latar belakang yang diperlukan untuk mengenang masa lalu.

2. Colgate Toothpaste



Capture 1.1. Shot iklan Colgate

Sumber : <http://www.youtube.com/watch?v=ZaeKaN824Oo>

Iklan *Colgate* (2010) merupakan iklan produk pasta gigi di India. Iklan ini menampilkan sosok anak yang mengalami sakit gigi dan memeriksakan gigi ke dokter. Dokter memberitahu bahwa gigi anak berlubang, kemudian dokter mengingatkan sang ibu tentang pasta gigi yang selama ini digunakan. Ibu teringat selama ini ia menggunakan pasta gigi yang salah. Peran ibu dalam iklan ini sebagai orang yang berperan penting terhadap kesehatan keluarga, khususnya anak. Sedangkan peran dokter sebagai tenaga ahli dalam masalah kesehatan gigi. Iklan ini menjadi acuan pada segi alur cerita dan karakterisasi tokoh.