

BAB III

LANDASAN TEORI

A. TEORI KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari dalam berinteraksi sesamanya. Komunikasi sudah ada sejak jaman di mana pada awal manusia diciptakan. Manusia butuh berkomunikasi demi kelancaran komunikasi dan juga pembangun sosial.

“Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagai informasi, ide atau sikap. Seperti dalam uraian ini, misalnya saya sedang berusaha berkomunikasi dengan para pembaca untuk menyampaikan ide bahwa hakikat sebuah komunikasi sebenarnya adalah usaha membuat penerima atau pemberi komunikasi memiliki pengertian (pemahaman) yang sama terhadap pesan tertentu.”¹⁵

Teori komunikasi berkembang seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal antara lain perkembangan teknologi informasi, perkembangan dunia pendidikan di dunia gaya dari pencipta teori dan perkembangan budaya. Sebab dari beberapa teori dan gaya komunikasi yang berkembang menjadi acuan. Teori komunikasi massa menjadi dasar pegangan dalam menentukan teori komunikasi yang akan diterapkan pada iklan layanan masyarakat “Cinta Laut Cinta Generasi”.

Sementara ciri-ciri yang harus dipahami pada komunikasi massa, yang berbeda dengan jenis komunikasi lainnya adalah sebagai berikut.

1. Berlangsung satu arah, dibandingkan dengan komunikasi antar persona yang berlangsung dua arah
2. Komunikator pada komunikasi massa melembaga
3. Pesan-pesan bersifat umum

¹⁵ Suprpto, M.S.,Drs, *Pengantar Teori Komunikasi*. 2006 : 2-3

4. Melahirkan keserempakan
5. Komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen¹⁶

Laswell menyarankan pesan harus mengalir dari berbagai macam kultur masyarakat dengan bermacam-macam pendengar. Di model ini, semua komponen komunikasi memiliki peran:

Who mengacu kepada “*Control Analysis*”
Say What mengacu kepada “*Content Analysis*”
In which mengacu kepada “*Media Analysis*”
To Whom mengacu kepada “*Audience Analysis*”
With What Effect mengacu kepada “*Effect Analysis*”¹⁷

Komunikasi sangat dibutuhkan antara komunikator dan komunikan untuk dapat memperjelas penyampaian pesan. Seorang sutradara harus mengetahui betul bagaimana menyampaikan informasi melalui media masa. Tidak tersampainya pesan secara benar berpengaruh pada bagaimana komunikator menyampaikan suatu pesan dan tidak tersampainya pesan secara utuh dan jelas mengenai makna atau isi yang terkandung dalam karya seni kepada penonton yang menikmati karya tersebut.

Komunikasi melalui media merupakan komunikasi masa yang baik untuk menyampaikan informasi yang berguna untuk masyarakat. Iklan Layanan Masyarakat merupakan komunikasi yang baik sebagai kampanye untuk memulai kebiasaan baru dimasyarakat. Melalui komunikasi masa inilah Iklan Layanan Masyarakat mengajak memberitahu dan mengingatkan penontonnya sebagai komunikan dalam komunikasi.

B. IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Public Service Announcement (PSA) atau Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam bahasa Indonesia adalah produk iklan non komersial. Suatu pengumuman atau pemberitahuan yang bersifat non komersial yang

¹⁶ *Ibid*, p. 21

¹⁷ <http://communicationtheory.org/laswells-model/> data diakses pada tanggal 21 desember 2012 pukul 11:21 WIB

mempromosikan program-program kegiatan, layanan pemerintah, layanan organisasi non-bisnis dan pemberitahuan-pemberitahuan lainnya tentang layanan kebutuhan masyarakat di luar ramalan cuaca dan pemberitahuan yang bersifat komersial.¹⁸

Remaja merupakan generasi yang sangat berpengaruh bagi setiap bangsa, maka dari itu pembuatan iklan layanan masyarakat ini ditunjukkan untuk target audience remaja. Iklan yang akan dibuat menggunakan konsep stop motion agar target audience dapat tertarik dan menikmati sambil secara tidak langsung mencuri perhatian *audience* untuk menonton.

Pesan iklan adalah ide atau berita yang dikomunikasikan atau disampaikan kepada audience melalui media iklan. Adapun yang harus diperhatikan dalam penyusunan pesan iklan seperti:

1. Isi pesan : Komunikator harus memperhitungkan apa yang harus disampaikan pada khalayak sasaran supaya mendapat tanggapan yang sesuai dengan keinginan. Dalam menentukan isi pesan yang baik, perlu adanya daya tarik yang unik, yaitu:
 - a. Daya tarik rasional untuk membangkitkan kepentingan diri audiens yang menunjukkan bahwa pesan tersebut akan menghasilkan manfaat yang dikatakan.
 - b. Daya tarik emosional untuk membangkitkan emosi positif atau negatif dalam memotivasi audiens. Daya tarik emosional positif seperti humor, cinta, dan kebahagiaan. Daya tarik emosional negatif seperti rasa takut, rasa bersalah dan rasa malu.
 - c. Daya tarik moral lebih diarahkan pada perasaan audiens tentang apa yang benar dan apa yang baik. Daya tarik moral sering dipakai untuk mendukung masalah-masalah sosial.
2. Struktur pesan : Efektifitas suatu pesan tergantung pada struktur dan isinya. Struktur iklan yang baik adalah dapat memberi pernyataan dan membiarkan pembaca dan pemirsa menarik kesimpulan sendiri.¹⁹

¹⁸ Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. 1993 :201

¹⁹ Bovee, Courtland. L, dan John V. Thill, *Komunikasi Bisnis*, 1996 : 141

C. PENYUTRADARAAN

Sutradara adalah seorang yang bertanggung jawab terhadap kualitas gambar (film) yang tampak di layar di mana di dalamnya ia bertugas mengontrol teknik sinematik, penampilan pemeran, kredibilitas dan kontinuitas cerita yang disertai elemen-elemen dramatik pada produksinya.²⁰ Untuk menjalankan konsep sebagai sutradara harus memiliki konsep lengkap yang sudah terpikirkan secara lisan maupun tulisan. Sutradara juga harus mampu berinteraksi dengan baik kepada pemain dan *crew* agar tercipta karya yang sinkron dengan pemikiran sutradara.

Sutradara dalam karya ILM dengan konsep *stop motion* ini akan cukup berbeda dengan pembuatan film lainnya, dalam konsep *stop motion* ini sutradara harus lebih aktif memikirkan setiap *frame* yang muncul karena menggunakan runtutan animasi *frame per frame* dan *in beetwen*. Tidak seperti sutradara pembuat *live-action*, sutradara pembuat film animasi bekerja sebelum *shooting* dimulai, bahkan melalui desain dan *storyboard* yang dikaji terus menerus. Penyampaian informasi dalam bentuk audio visual juga harus tersampaikan terbatas dalam 60 detik. Penempatan *supers*, visual, audio, artistik dan lainnya yang juga mendukung penyampaian informasi ILM ini.

Animasi sering dikatakan sebagai *total art*, atau keseluruhan dari kesenian yang ada. Berikut merupakan ke empat faktor tersebut:

1. *Pictorial fine art*

Faktor kesenirupaan yang gunanya untuk pendekatan teknik animasi atau memecahkan problem penciptaan elemen visual, atau juga sering disebut sebagai desain visual.

2. *Music*

Unsur suara, efek suara juga berhubungan dengan ritme (*rhythm*) dan waktu.

3. *Dance*

Seni tari yang berfungsi untuk penguasaan dan pemanfaatan waktu, time dan tentu saja untuk mengatur kelengkapan timing.

4. *Literature*

²⁰ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi* 2004: 9

Kesastraan, untuk memberi isi (*content*) dari bentuk yang dibuatnya.²¹

Penggunaan *shot* dalam ILM “Cinta Laut Cinta Generasi” adalah *simple shot* tanpa pergerakan kamera. Penggunaan teknik *longshot* itu sendiri digunakan untuk menyampaikan secara lengkap *setting* dan penjelasan hal-hal yang berada di sekeliling *setting* tersebut, contohnya laut dan habitatnya yang terlihat secara *longshot* dan beberapa dekupase yang diperlukan agar memperjelas yang ingin disampaikan oleh sutradara. Aktिंग untuk tokoh utama hanya menggunakan ekspresi yang menyesuaikan keadaan yang dialami dan *supers* yang muncul. Gerakan inti dan gerakan *inbetween* juga direncanakan untuk pergerakan pada *talent* agar terlihat natural. Salah satu cara untuk menjaga kestabilan *frame* selanjutnya dengan *frame* sebelumnya dengan melihat *frame* pada saat dilokasi, aplikasi yang akan digunakan adalah *dragon*. Menggunakan *dragon* lebih mempermudah karena dengan aplikasi *dragon* bisa langsung melihat *frame* agar tidak meleset dengan gambar sebelumnya. Jadi ketepatan *frame* dengan gambar sebelumnya dapat terjaga. Menjaga kesinkronan gambar dan musik akan dilakukan di editing menggunakan aplikasi editing *adobe premier pro*. Audio yang digunakan adalah *sound fx* dan juga *jingle*.

D. ANIMASI STOP MOTION

Stop motion yang akan dibuat untuk ILM ini menggunakan *still photo*. Menggunakan *talent* seorang pria yang akan di foto dari *top angle*. *Stop motion* biasanya menggunakan *clay* atau benda mati lainnya, namun dalam karya ini akan dibuat berbeda yaitu menggunakan benda hidup yaitu manusia. Animasi objek kerap dinamai teknik *stopmotion animation*.

Penggunaan artistik pada *stop motion* ini juga akan dibuat langsung, *disetting* seperti didalam air dengan adanya trumbu karang, ikan dan biota laut lainnya yang dibuat dengan kertas atau boneka. Foto- foto tersebut pada hasil

²¹ Prakosa, Gotot., *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*, 2010: 113

akhir akan dijadikan runtutan kejadian bergerak (video). Animasi merupakan kerja dari *teamwork* yang kuat sangat berpengaruh dari satu sama lain dari keseluruhan.

Stop motion menggunakan foto yang digabungkan dalam runtunan sehingga membentuk pergerakan gambar atau jika dilihat seperti gambar bergerak (video). Terdapat langkah-langkah yang disebut *Seven Steps for Animating a Scene*, yaitu:

1. *Plan*
Semua deskripsi dari *scene* animasi termasuk karakter dasar, *background*, dan informasi aksi ditulis di atas kertas.
2. *Sketch*
Menggambar *thumbnail* yang mendefinisikan *layout* dan interaksi karakter untuk *key shot* di antara sekuen.
3. *Key*
Membuat gambar *keyframe* untuk *sequence* yang dianimasikan dengan memperbesar gambar *thumbnail* dan memanfaatkan sketsa tersebut sebagai referensi langsung untuk pergerakan karakter dan *blocking*. *Keyframe* dapat diatur sesuai kebutuhan namun harus tetap memperhatikan ketepatan waktu.
4. *Shoot*
Mengambil gambar dan menganimasikan *keyframe* secara sederhana. Hal tersebut penting untuk meneliti secara seksama ketepatan waktu, aksi dan kualitas gambar apabila terjadi kesalahan.
5. *Refine*
Memperbaiki animasi gambar *keyframe* yang mengalami masalah.
6. *Repeat*
Kembali ke langkah pertama dan mengulangi proses sampai animasi *keyframe* berhasil. Setelah selesai dapat melanjutkan membuat gambar *breakdown* dan *in-between*²².

²² Hedgpeth, Kevin., *Exploring Drawing for Animation*, 2004: 211