Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax*

Sutarman[1], Syaipul Ramdhan[2], Denny Hidayat[3]
[1,3]Program Studi Sistem Informasi, STMIK Bina Sarana Global, Indonesia
[2]Program Studi Bsinis Digital, STMIK Bina Sarana Global, Indonesia
Email: [1]sutarman@stmikglobal.ac.id, [2]syaipulramdhan@stmikglobal.ac.id, [3]dennyhidayat03@gmail.com

Abstrak **- Berita *hoax* adalah berita palsu yang diada-adakan atau diputarbalikkan dari realitas sesungguhnya. Banyak kasus atau peristiwa yang sebenarnya tidak terjadi namun diangkat menjadi sebuah berita dan dikemas sebaik mungkin agar khalayak tertarik untuk membacanya. Berita *hoax* sendiri lebih condong membawa dampak negatif dari pada dampak positif. Terdapat empat bahaya yang ditimbulkan dari berita *hoax*, yakni *hoax* membuang waktu dan uang, *hoax* jadi pengalih isu, *hoax* sebagai sarana penipuan publik, serta *hoax* sebagai pemicu kepanikan publik. Dilansir dari berbagai sumber, ada beberapa macam isu *hoax* di antaranya terkait agama, permasalahan sosial, dan politik. Sebagai masyarakat *modern* dan berpendidikan, kita harus pandai dalam menggali informasi. Kita wajib membaca dengan teliti dan menelusuri sumber dari berita tersebut dan yang terpenting adalah jangan terlalu mudah untuk menyebarluaskan berita tersebut sebelum berita tersebut diketahui keasliannya. Untuk itu, dalam penelitian ini *motion graphic* digunakan untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat agar lebih waspada pada berita *hoax* dengan sarana penyampaian informasi yang berbeda sehingga lebih menarik untuk ditonton.**

Kata Kunci: Berita *Hoax*, *motion graphic*, Iklan Layanan Masyarakat

Abstract - Hoax is fake news that is fabricated or distorted from the real reality. Many cases or events that do not actually occur but are made into the news and packaged as best as possible so that the public is interested in reading it. Hoax news itself is more inclined to bring negative impacts than positive impacts. There are four dangers arising from hoax news, namely hoaxes wasting time and money, hoaxes become diversion of the issue, hoaxes as a means of public fraud, and hoaxes as a trigger for public panic. Reported from various sources, there are several types of hoax issues including those related to religion, social problems, and politics. As a modern and educated society, we must be good at digging up information. We must read carefully and trace the source of the news and the most important thing is not too easy to spread the news before the news is known for its authenticity. For this reason, this study on motion graphics is used to provide information and educate the public to be more aware of hoax news by means of delivering different information so that it is more interesting to watch.

Keywords: Hoax News, Motion graphic, Public Service Advertisement

I. PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi[1] yang semakin maju, Kini akses internet[2] bisa dilakukan oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Indonesia merupakan negara pengguna internet terbanyak ke-6 di dunia, dengan penguna aktif sebanyak 123 juta. Keberagaman informasi[3] yang ditawarkan serta keleluasaan dalam membentuk koneksi pertemanan, kebebasan dalam beropini dalam lingkup seluruh dunia menjadikan terpaan media semakin besar karena setiap orang memiliki kepentingan masing-masing. Hal semacam ini yang kemudian dimanfaatkan oleh sejumlah oknum yang tidak bertanggung jawab untuk membuat berita *hoax* atau berita bohong dengan maksud memprovokasi pihak lawannya, sedangkan masyarakat internet (*netizen*) cenderung meneruskan kembali atau mengomentari segala info yang mereka dapat tanpa mencari tahu kebenerannya terlebih dahulu, sehingga isu palsu tersebut viral dan si pembuat berita *hoax* meraup keuntungan.

Berita[4] *hoax*[5] adalah berita palsu[6] yang diada-adakan atau diputarbalikkan dari realitas sesungguhnya. Banyak kasus atau peristiwa yang sebenarnya tidak terjadi namun diangkat menjadi sebuah berita dan dikemas sebaik mungkin agar khalayak tertarik untuk melihat dan membacanya. Berita *hoax* sekarang ini sedang marak tersebar diberbagai media massa, baik itu media cetak[7] maupun media *online*[8]. Sayangnya, kebanyakan dari masyarakat kurang peduli dengan adanya hal tersebut. Kebanyakan dari masyarakat bisa dengan mudah mempercayai berita *hoax* dan tak segan-segan untuk menyebarluaskan kepada khalayak.

Berita *hoax* banyak tersebar di berbagai media. Mulai dari *broadcast message*, media cetak, maupun media *online*. Bahkan beberapa media *online mainstream* pun banyak mengangkat berita-berita *hoax* untuk dijadikan informasi bagi khalayak. Sebagai masyarakat *modern* dan berpendidikan, kita harus pandai dalam menggali informasi. Kita wajib membaca dengan teliti[9] dan menelusuri sumber dari berita tersebut dan yang terpenting adalah jangan terlalu

mudah untuk menyebarluaskan berita tersebut sebelum berita tersebut diketahui keasliannya.

Realita saat ini berita *hoax* semakin menyerbu internet terlihat dari hasil *survey* tentang Wabah *Hoax* Nasional oleh Mastel (2019), bahwa saluran penyebaran berita *hoax* tiga tertinggi berasal dari media sosial berupa *facebook* pada urutan tertinggi 87,50%, aplikasi *chatting* 67,00%, dan situs *web* 28,20%. Berita *hoax* sendiri lebih condong membawa dampak negatif dari pada dampak positif. Terdapat empat bahaya yang ditimbulkan dari berita *hoax*, yakni *hoax* membuang waktu dan uang, *hoax* jadi pengalih isu, *hoax* sebagai sarana penipuan publik, serta *hoax* sebagai pemicu kepanikan publik. Dilansir dari berbagai sumber, ada beberapa macam isu *hoax* di antaranya terkait agama[10], permasalahan sosial[11], dan politik[12].

Iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* merupakan salah satu perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai media penyampai informasi dan edukasi untuk masyarakat, seperti informasi waspada bencana, memberikan motivasi kepada masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat dan edukasi pemanfaatan teknologi dengan bijak agar bermanfaat bagi masyarakat umum. Siaran iklan layanan masyarakat bisa disebut sebagai suatu wadah untuk menyampaikan suatu informasi, ajakan, peringatan yang di tujukan langsung kepada masyarakat luas dan mempunyai manfaat bagi sosial. Biasanya iklan layanan masyarakat ini di siarkan oleh pihak pemerintah. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini penyiaran iklan layanan masyarakat tidak lagi harus menggunakan media cetak ataupun hanya melalui audio (radio) saja. Penggabungan antara media cetak dan audio visual pun sudah tidak asing lagi kita jumpai. Contohnya penayangan iklan layanan masyarakat pada billboard yang ada dijalan yang berisi rambu-rambu lalulintas atau informasi lalulintas, pada kereta penayangan iklan layanan masyarakat yang berisi tentang peraturan tata cara safety dalam kereta dan ketika terjadi kecelakaan. Peranan teknologi multimedia saat ini sebagai media penyampaian informasi sangat membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan penglihatan ataupun pendengaran. Karena informasi dapat dikemas dengan menampilkan gambar yang disertai dengan penjelasan suara, iringan musik dan dipercantik dengan gerakan animasi di dalamnya.

Dengan memanfaatan teknologi media iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* dinilai efektif sebagai salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan kesehatan yang terjadi pada masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat dikemas lebih menarik dengan menggabungkan teknologi multimedia, dengan menggabungkan gerakan gambar, teks audio dan animasi, diharapkan bisa menjadi solusi media penyampaian informasi yang efektif bagi semua kalangan masyarakat baik yang mempunyai keterbatasan penglihatan maupun keterbatasan dalam pendenaran.

II. METODE PENELITIAN

Pembuatan media iklan layanan masyarakat dalam skripsi ini adalah dengan menggunakan metode model penelitian atau pendekatan kualitatif dengan teknik survei, observasi dan wawancara.

A. Objek Penelitian

1. Iklan Layanan Masyarakan berbasis *Motion Graphic* ini sebagai media pembelajaran dan pengetahuan mengenai berita *hoax* yang banyak tersebar dikalangan masyarakat.
2. Dengan adanya Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap berita *hoax*.

B. Analisis Kebutuhan Sistem

Analisis kebutuhan informasi ini dilakukan untuk mengetahui perlengkapan apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan Iklan layanan Masyarakat berbasis *Motion Graphic*. Kebutuhan media informasi ini meliputi kebutuhan *Hardware* (perangkat keras), *Sofware* (perangkat lunak), dan *Brainware* atau kebutuhan sumber daya manusia.

Aspek ini meliputi individu atau organisasi yang akan terlibat langsung dalam pembuatan iklan ini. Manusia sebagai user yang dapat menggunakan media ini sesuai fungsinya, maka tanpa adanya sumber daya manusia dan persediaan software serta hardware, kebutuhan informasi analisis tidak akan ada artinya. Kebutuhan informasi dilakukan untuk menjamin sistem yang dibuat sesuai dengan kebutuhan. Dari hasil analisis sistem, dapat diberikan informasi tentang berita *hoax*.

C. Masalah yang Dihadapi

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah yang didapat menurut penulis adalah:

1. Banyaknya berita *hoax* yang tersebar di media sosial.
2. Semakin meluasnya berita *hoax* di media sosial dapat menimbulkan konflik, pencemaran nama baik, ujaran kebencian, bahkan dapat menimbulkan serangan fisik dikalangan masyarakat.
3. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang benar atau tidaknya berita yang tersebar.
4. Kurangnya media informasi mengenai *hoax*.

D. Alternatif Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terlah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah media iklan layanan masyarakat waspada *hoax*. Iklan layanan masyarakat ini berisikan:

1. Penjelasan tentang berita *hoax*.
2. Penjelasan tentang dampak dari *hoax*
3. Penjelasan agar masyarakat terhidandar dari berita *hoax*

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produk Baru yang Diusulkan

Berdasarkan analisis maka penulis tertarik untuk membuat sebuah Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax*. Diharapkan iklan layanan masyarakat ini dapat dijadikan sebagai media informasi mengenai berita *hoax*.

B. Rancangan Sisitem

Langkah awal sebelum pembuatan atau produksi dilakukan, penulis membuat ide cerita, rancangan *storyboard* terlebih dahulu dan menyesuaikan isi cerita.

1. Ide Konsep

Berdasarkan hasil observasi penulis menuangkan ide konsep yang akan disampaikan kedalam sebuah iklan layanan masyarakat ini akan dikemas dengan tampilan dua dimensi yang menarik dan interaktif sehingga informasi yang disampaikan mudah diterima oleh masyarakat dan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan perancangan ini adalah memberikan informasi tentang berita *hoax* yang tersebar, dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui benar atau tidaknya berita yang tersebar sehingga dapat terhindarkan dari dampak negatif yang akan ditimbulkan, maka konsep yang dibuat diawali dari masalah yang terjadi, kemudian apa penyebab, apa akibat/dampaknya, dan bagaimana cara mengatasinya.

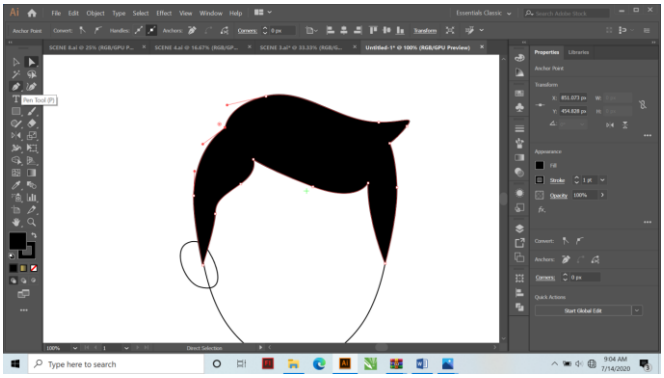
2. Storyboard

SCENE	DURASI	GAMBAR	KETERANGAN
1	00:00 - 00:03		Menampilkan teks " Motion Graphic"
2	00:03 - 00:06		Menampilkan teks " Iklan Layanan Masyarakat Waspada Hoax"
3	00:06 - 00:10		Menampilkan karakter dengan teks "hoax?"
4	00:10 - 00:18		Menampilkan teks " Hoax = Bohong "

Gambar 1. *Storyboard*

3. Pembuatan Objek

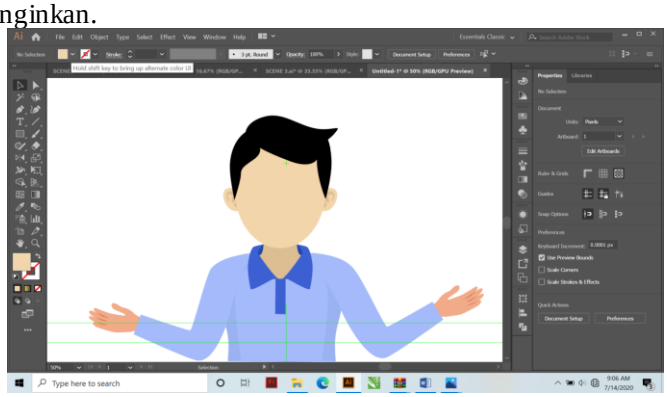
Pembuatan objek dan karakter iklan layanan masyarakat ini menggunakan *software Adobe Illustrator*. Langkah awal buka *software Adobe Illustrator* kemudian membuat area kerja yang disesuaikan dengan ukurannya dengan *setting composition after effect*.



Gambar 2. Pembuatan objek

4. Pewarnaan Objek pada Setiap Scene

Untuk pewarnaan objek, pertama penulis mengaktifkan terlebih dahulu objek yang akan diwarnai, selanjutnya meng-klik dua kali pada *fill tool*, serta mengatur warna yang diinginkan.



Gambar 3. Pewarnaan objek

5. Proses Animasi

Setelah selesai pembuatan karakter dan objek pendukung langkah selanjutnya adalah pemberian animasi. Pembuatan *motion graphic* ini menggunakan *software adobe after effect*. Untuk pemberian animasi pada teks bisa dilakukan dengan cara meng-klik menu *windows* lalu memilih *animation composer*, selanjutnya membuat bentuk animasi sesuai dengan yang dibutuhkan, mengatur jarak kemunculan teks dengan garis agar tampak lebih menarik.



Gambar 4. Proses animasi

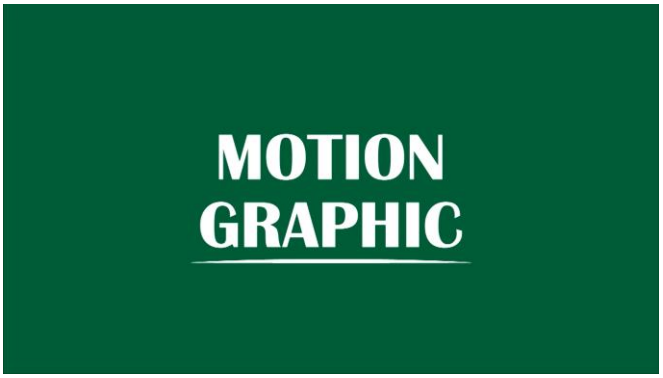
C. Hasil Produksi

Setelah proses pembuatan *storyboard* selesai dibuat, langkah selanjutnya ialah proses pembuatan karakter menggunakan *software Adobe Ilustrator CC 2019* dan *CorelDraw 2018*. Untuk proses penganimasian menggunakan *Adobe After Effect CS6* dan proses penggabungan semua *scene* dengan audio menggunakan *software Adobe Premiere CS6*.

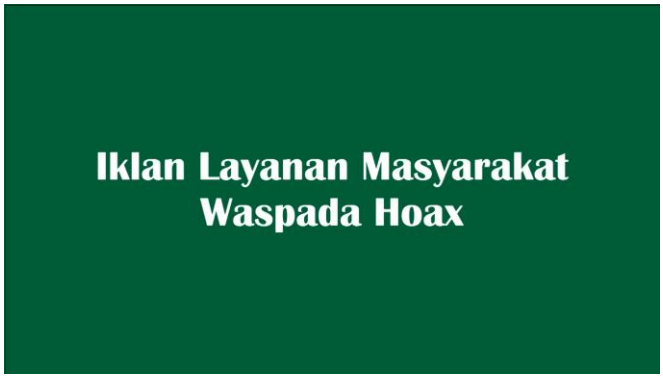
Berikut ini merupakan gambaran isi cerita yang di tuangkan dalam iklan layanna masyarakat waspada *hoax*.

a. Scene Satu dan Dua (Tampilan Judul)

Tampilan judul merupakan hal yang terpenting dalam sebuah iklan layanan masyarakat. Pemilihan jenis *font* sangat menentukan dari kualitas hasil yang akan dicapai. Pemilihan *font* dan pewarnaan menjadi faktor utama, karena hal tersebut anak menjadi pusat perhatian dan bisa menggambarkan suatu ekspesi tertentu dalam sebuah penyampaian pesan, agar pesan mudah dipahami dan dimengerti oleh *audience*.



Gambar 5. Tampilan scene 1



Gambar 6. Tampilan scene 2

b. Tampilan Scene Tiga

Pada tampilan *scene* tiga menampilkan diikuti teks *hoax*, dari cerita diatas dapat diartikan *scene* tiga menggambarkan, orang yang bertanya-tanya.



Gambar 7. Tampilan scene 3

c. Tampilan Scene Empat

Pada tampilan *scene* empat menampilkan teks " Hoax= Bohong " disertai *voice over* penjelasan tentang *hoax*.



Gambar 8. Tampilan scene 4

d. Tampilan Scene Lima Sampai Scene Enam Belas

Pada tampilan *scene* lima sampai *scene* enam belas menjelaskan tentang berita *hoax*, media penyebaran, identifikasi *hoax*, serta cara agar kita terhindar dari berita *hoax*.



Gambar 9. Tampilan identifikasi *hoax*

e. Hasil Pengujian Aplikasi

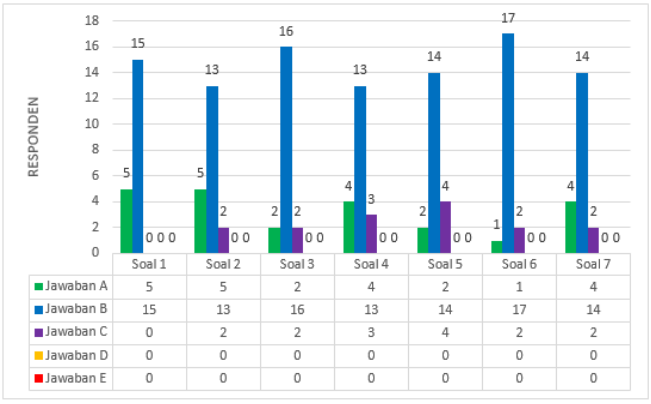
Dari hasil pengujian penilaian media iklan layanan masyarakat yang dilakukan pada masyarakat umum, menggunkan metode kualitatif dengan penarikan random sampling melalui kuesioner. Tahap awal masyarakat diminta menonton Iklan Layanan Masyarakat waspada *Hoax* melalui *youtube*. Melalui pengisian google formulir kuesioner dari 20 responden yang telah menonton video Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax*. Pengujian ini juga dilakukan untuk mengetahui seberapa besar manfaat yang didapatkan oleh masyarakat setelah melihat iklan layanan masyarakat ini.

Proses rekapan data menggunkan rumus sebagai berikut:

$$\frac{Penilaian\ Responden}{Jumlah\ Responden} x\ 100$$

Tabel 1. Hasil Pengujian Aplikasi Menggunakan Kuesioner

No	Hasil Pernyataan	Persentasi %
1	Video Iklan Layanan Masyarakat ini dapat memberikan wawasan terkait *hoax*. Didapatkan hasil 75% responden memilih " Setuju (S)"	75
2	Video Iklan Layanan Masyarakat ini dapat mudah dimengerti. Hasil yang didapatkan adalah 75% responden memilih "Setuju (S)" dapat mudah dimengerti.	75
3	Video Iklan Layanan Masyarakat ini memiliki desain yang menarik. Hasil yang akan didapatkan 80% responden memilih "Setuju (S)" iklan ini memiliki desain yang menarik	80
4	Suara (*dubbing)* dalam video ini terdengar dengan jelas. Hasil yang didapatkan, 65% responden memilih "Setuju (S)" suara (*dubbing)* terdengar dengan jelas.	65
5	Warna yang digunakan dalam video ini menarik untuk dilihat. Hasil yang akan didapatkan, 70% responden memilih "Setuju (S)" warna yang digunakan menarik.	70
6	Video Iklan Layanan Masyarakat ini memiliki animasi yang menarik untuk dilihat. Hasil yang didapatkan, 85% responden memilih "Setuju (S)" iklan ini memiliki desain yang menarik.	85
7	Video Iklan Layanan Masyarakat Waspada Hoax layak untuk disebarkan sebagai media informasi umum. Hasil yang akan didapatkan, 70% responden memilih "Setuju (S)" iklan ini layak untuk disebarkan sebagai media informasi umum.	70



Gambar 10. Diagram jumlah penilaian kuesioner

Dari data responden di atas dapat disimpulkan bahwa *Motion Graphic* Iklan Layanan Masyarakat ini memiliki nilai persentase terbesar 72%, yang artinya responden Setuju (S) serta layak disebarkan sebagai media informasi umum.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukannya penelitian tentang berita *hoax* dan pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax*, dalam membuat rancangan media iklan ini terdapat *point-point* yang perlu dipertimbangkan seperti media yang digunakan, konsep yang akan dirancang, tampilan yang akan dibuat agar terlihat menarik, jelas dan informatif sehingga dapat diterima dengan baik di masyarakat. Maka dari Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax* penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Dengan membuat Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax* ini diharapkan masyarakat dapat mengerti penjelasan tentang *hoax*.
2. Berita *hoax* dapat menimbulkan konflik, pencemaran nama baik, ujaran kebencian, bahkan dapat menimbulkan perpecahan dikalangan masyarakat.
3. Berdasarkan pengujian hasil kuisioner *Motion Graphic* Iklan Layanan Masyarakat Waspada *Hoax*, memperoleh hasil 20% Sangat Setuju (SS), 72% Setuju (S), 8% Ragu-ragu (RG).

B. Saran

1. Untuk pengembangan selanjutnya diharapkan informasi yang disampaikan semakin detail dan lebih jelas dengan penelitian lebih jauh serta data yang lebih luas terkait *hoax*.
2. Untuk *motion* kedepannya harus dimaksimalkan dengan *style* gambar dan animasi sesuai kebutuhan penonton, dengan demikian akan tercapai tujuan sebagai media informasi yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] H. Budiman, "PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DALAM PENDIDIKAN," *Al-Tadzkiyyah J. Pendidik. Islam*, vol. 8, no. 1, pp. 31–43, 2017, [Online]. Available: http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/tadzkiyyah.

[2] J. Y. HARAHAP, "HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN KETERGANTUNGAN INTERNET DI PUSTAKA DIGITAL PERPUSTAKAAN DAERAH MEDAN," *J. Edukasi*, vol. 3, no. 2, pp. 131–145, 2017, [Online]. Available: https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/cobaBK/article/view/3091.

[3] D. Purnomo, "Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi," *JIMP - J. Inform. Merdeka Pasuruan*, vol. 2, no. 2, pp. 54–61, 2017, [Online]. Available: http://ejurnal.unmerpas.ac.id/index.php/informatika/article/viewFile/67/39.

[4] B. Herwijayanti, D. E. Ratnawati, and L. Muflikhah, "Klasifikasi Berita Online dengan menggunakan Pembobotan TF-IDF dan Cosine Similarity," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 2, no. 1, pp. 306–312, 2018, [Online]. Available: http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/796.

[5] C. Juditha, "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation," *J. Pekommas*, vol. 3, no. 1, pp. 31–44, 2018, [Online]. Available: https://media.neliti.com/media/publications/261723-hoax-communication-interactivity-in-soci-2ad5c1d9.pdf?fbclid=IwAR0oYb_NYtm7KEg4bJk-X4AVrK0cBalsFKPM7W3qv051Mk1abM5iK6P_5FI.

[6] K. H. Siswoko, "Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau 'Hoax,'" *J. Muara Ilmu Sos. Humaniora, dan Seni*, vol. 1, no. 1, pp. 13–19, 2017, [Online]. Available: https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/viewFile/330/272.

[7] B. A. Romadhoni, "MEREDUPNYA MEDIA CETAK, DAMPAK KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI," *J. An-Nida*, vol. 10, no. 1, pp. 13–20, 2018.

[8] A. Jaelani, H. Fauzi, H. Aisah, and Qiqi Yulianti Zaqiyah, "PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DALAM PROSES KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR PAI DIMASA PANDEMI COVID-19," *J. IKA Ikat. ALUMNI PGSD UNARS*, vol. 8, no. 1, pp. 12–24, 2020, [Online]. Available: https://unars.ac.id/ojs/index.php/pgsdunars/article/view/579.

[9] U. Lutvaidah and R. Hidayat, "PENGARUH KETELITIAN MEMBACA SOAL CERITA TERHADAP KEMAMPUAN PEMECAHAN MASALAH MATEMATIKA," *J. Kaji. Pendidik. Mat.*, vol. 4, no. 2, p. 179, 2019, [Online]. Available: https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/jkpm/article/view/4189.

[10] S. F. Savitri and M. S. Dr. Alamsyah Taher, "FENOMENA PEMBERITAAN HOAX TERKAIT ISU AGAMA," *J. Ilm. Mhs. FISIP Unsyiah*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11, 2018, [Online]. Available: http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/6223.

[11] Suradi, "MODEL IDENTIFIKASI PERMASALAHAN SOSIAL DI KAWASAN KUMUH PERKOTAAN," *Sosio Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 106–120, 2015, [Online]. Available: https://ejournal.kemsos.go.id/index.php/Sosioinforma/article/viewFile/141/88.

[12] M. D. Hikmawan, "PLURALISME DEMOKRASI POLITIK DI INDONESIA," *J. Gov.*, vol. 2, no. 2, pp. 223–247, 2017, [Online]. Available: http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jog/article/viewFile/2678/2093.