

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Kajian karya yang relevan dengan tugas akhir ini adalah karya Eka Melati, Ayyesha Dara Fayola, I Putu Agus Dharma Hita, Andi Muh Akbar Saputra, Zamzami, dan Anita Ninasari tahun 2023 dengan judul jurnal penelitian **“Pemanfaatan Animasi sebagai Media Pembelajaran Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Motivasi Belajar”**. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa dengan adanya kemajuan teknologi yang berkembang pesat dimana keterbukaan informasi di era revolusi industri 4.0 yang memudahkan dalam mengakses informasi menjadi peluang yang besar untuk terus berinovasi terutama dalam dunia pendidikan. Pemanfaatan animasi sebagai media pembelajaran berbasis teknologi dalam meningkatkan motivasi belajar siswa terbukti lebih efektif dalam memperkaya pengalaman dan pemahaman belajar siswa dengan representasi visual yang jelas dan interaktif. Peneliti percaya bahwa pengetahuan dalam literasi politik akan lebih efektif dan berdampak kepada generasi muda melalui video animasi edukasi (Melati et al., 2023).

Selanjutnya, kajian karya yang relevan dengan tugas akhir ini adalah karya Mochamad Cholik, dan Susi Tri Umaroh tahun 2023 dengan judul penelitian **“Pemanfaatan Video Animasi Sebagai Media Pembelajaran di Era Digital”**. Penelitian ini membahas mengenai pentingnya pemanfaatan video animasi sebagai media pembelajaran di era digital. Media yang dinilai efektif dalam meningkatkan minat belajar siswa karena mampu menyampaikan materi pelajaran dengan cara yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami. Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, video animasi menjadi solusi inovatif untuk mengatasi kebosanan dalam proses belajar yang konvensional. Penggunaan video animasi mendukung

tercapainya tujuan pembelajaran karena dapat menyajikan konsep-konsep abstrak menjadi lebih konkret melalui visualisasi (Cholik & Umaroh, 2023).

Terakhir, refrensi kajian karya Mahriyuni, Resi Syahrani Tausya, Alika Sandra Hasibuan, T. Syarfina, dan Isda Pramuniati tahun 2024 dengan judul skripsi **“Mengupas Politik Lewat Animasi Pak Tani & Mawar Kecil, Serta Rahasia di Baliknyanya”**. Pada kajian karya ini dijelaskan mengenai mitos politik yang disajikan dalam animasi Pak Tani & Mawar kecil mengenai makna konotatif dan denotatifnya serta penyampaian yang menggunakan analisis metode semiotika Roland Barthes yakni sebuah metode untuk memahami mengenai arti dari sebuah tanda-tanda yang ada di dalam media. Penelitian tersebut mengkaji simbol-simbol visual yang mengandung makna politik yang dikemas dalam video animasi yang dikaitkan dengan dinamika politik di Indonesia.

Secara denotatif pada penelitian tersebut, animasi menampilkan objek bunga mawar, petani, kerbau, sapi dan elang. Namun, secara konotatif, mempresentasikan partai politik dan persaingan yang ada di antara mereka. Selain itu, penelitian ini menjelaskan bahwa setiap adegan dalam animasi tersebut mengandung metafora politik yang menggambarkan kondisi politik nasional di Indonesia, termasuk peran individu seperti Jokowi yang dilambangkan sebagai seorang Pak Tani kasi keterangan (Mahriyuni et al., 2024).

Melalui penelitian ini, terbukti jelas bahwa animasi dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan kritik sosial dan politik secara bentuk simbolis dan tidak langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa animasi dapat menjadi alat komunikasi politik yang kuat dan juga efektif, karena mampu menyampaikan pesan yang kompleks melalui pendekatan visual yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Berdasarkan ketiga kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa video animasi memiliki efektivitas yang tinggi sebagai media komunikasi edukatif

dan informatif. Kajian oleh Eka Melati menunjukkan bahwa animasi berbasis teknologi mampu meningkatkan motivasi dan pemahaman belajar siswa melalui tampilan visual yang interaktif. Sementara itu, penelitian Mochamad Cholik dan Susi Tri Umaroh menegaskan bahwa media yang efektif dalam meningkatkan minat belajar siswa dengan kemajuan teknologi informasi yakni dengan menggunakan pemanfaatan video animasi sebagai media pembelajaran di era digital. Adapun kajian Mahriyuni dkk. Menekankan bahwa animasi juga berfungsi sebagai media komunikasi politik yang kuat, dengan cara menyampaikan pesan-pesan politik dan sosial secara simbolik melalui pendekatan semiotika.

Secara keseluruhan, ketiga penelitian tersebut memperkuat pemahaman bahwa video animasi merupakan media yang fleksibel dan efektif untuk menyampaikan berbagai pesan, baik pendidikan, sejarah, maupun politik. Karena mampu menggabungkan elemen visual, narasi, serta simbolisme untuk meningkatkan daya serap dan pemahaman masyarakat terhadap konten yang disampaikan.

Oleh karena itu, berdasarkan pemahaman akan efektivitas video animasi sebagai media komunikasi yang adaptif. Tugas akhir ini secara khusus mengangkat isu strategis mengenai peningkatan literasi politik di kalangan masyarakat khususnya generasi z, dengan fokus pada penyampaian informasi yang edukatif, akurat dan transparan tentang peran dan fungsi DPRD, jenis-jenis produk hukum daerah yang dapat diakses melalui Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH), serta pengenalan program *Parliament Goes to Modern* yang diterapkan di lingkungan DPRD Provinsi Jawa Tengah sebagai upaya transformasi menuju parlemen yang lebih terbuka, modern, dan partisipatif.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) adalah bidang yang befokus pada membangun, memelihara, dan meningkatkan citra

serta komunikasi antara organisasi, perusahaan, atau individu dengan publiknya. Humas adalah divisi yang memiliki pengaruh penting dalam kelancaran aktivitas suatu instansi atau perusahaan (Purwo & Puspasari, 2020). Sebagai bagian penting dalam sebuah organisasi, Humas menciptakan kepercayaan dan hubungan yang saling menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

2.2.2 Peran *Government Public Relations* (GPR)

Humas memiliki peran penting dalam setiap organisasi sebagai strategi utama dalam membangun citra, baik positif maupun negatif dengan menjalin hubungan dengan berbagai pihak (Oktavia et al., 2021). *Government Public Relations* (GPR) merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk dapat menyampaikan kebijakan, program, dan kegiatan kepada masyarakat serta membangun hubungan yang baik dengan berbagai pemangku kepentingan. GPR memiliki tujuan untuk menciptakan citra positif pemerintah, meningkatkan partisipasi publik serta memastikan bahwa kebijakan yang diambil mendapatkan dukungan dari masyarakat. Adapun peran utama seorang praktisi Humas sebagai berikut:

- a. Membangun dan memelihara citra publik. Menjaga reputasi pemerintah di mata publik melalui berbagai media komunikasi;
- b. Menyusun strategi komunikasi. GPR bertugas dalam merancang pesan yang efektif untuk dapat disampaikan kepada audiens baik dalam bentuk media cetak, elektronik, dan digital mengenai kebijakan dan peraturan yang dibuat agar informasi yang diberikan sampai dan dapat dipahami oleh publik;
- c. Manajemen krisis. GPR memiliki tugas dalam mengelola komunikasi baik dalam situasi darurat ataupun krisis dengan meminimalkan dampak negatif yang dapat merusak reputasi citra pemerintah;
- d. Menjalinkan hubungan dengan media. Menjalinkan hubungan yang baik dengan jurnalis, wartawan, dan media untuk memastikan berita yang dipublikasikan positif dan sesuai;

- e. Mengelola media sosial dan kampanye digital. Memanfaatkan platform digital untuk membangun hubungan dengan publik melalui media sosial sebagai media publikasi; dan
- f. Menyelenggarakan acara dan kampanye PR. Mengatur dan mengadakan konferensi pers, seminar, fgd atau acara lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan publik.

2.2.3 Media Kehumasan

Media kehumasan merupakan sarana atau wadah yang digunakan oleh praktisi Humas untuk menyampaikan informasi dan membangun komunikasi yang efektif dengan publik. Media kehumasan berfungsi sebagai alat untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra organisasi di mata masyarakat. Setiap edisi cetak surat kabar selalu dipengaruhi oleh berbagai kepentingan, salah satu pengaruhnya ialah peran *public relations* (PR) yang memberikan informasi suatu perusahaan atau instan kepada media (Virajati & Setianto, 2019). Adapun media yang digunakan dalam kehumasan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Media Cetak
 - 1) Brosur dan Pamflet; dan
 - 2) Majalah dan Buletin Internal.
- b. Media Elektronik
 - 1) Radio dan Televisi; dan
 - 2) *Podcast* dan Webinar.
- c. Media Digital dan Online
 - 1) Website Resmi;
 - 2) Media Sosial (Instagram, X, Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok); dan
 - 3) *Email* dan *Newsletter* Digital.
- d. Media Tatap Muka (Interpersonal)
 - 1) Konferensi Pers;
 - 2) Seminar dan *Workshop*; dan

3) Pameran dan *Event*.

2.2.4 Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang memiliki peran penting dalam komunikasi, pemasaran, dan kehumasan. Memiliki berbagai fitur yang mendukung interaksi pengguna, Instagram memudahkan individu dan pemerintahan untuk membangun identitas digital, berinteraksi dengan audiens, serta memanfaatkan strategi pemasaran digital secara efektif. Hal ini mendorong perkembangan dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi pendekatan terbaik sebagai platform sosial (Singh, 2023). Instagram memiliki berbagai fitur pendukung komunikasi dalam bentuk interaksi yang dapat diakses oleh pengguna diantaranya:

- a. *Feed*, fitur utama untuk berbagi foto dan video dengan keterangan (*caption*) serta tagar (*hashtag*);
- b. Instagram *stories*, fitur berbagi foto maupun video yang memiliki durasi akses selama 24 jam;
- c. *Reels*, fitur video yang dapat diedit dengan berbagai efek dan musik;
- d. Instagram *Live*, siaran langsung yang memungkinkan interaksi langsung *real-time* pengguna; dan
- e. Instagram *Shopping*, fitur yang memfasilitasi penjualan produk bisnis melalui platform Instagram.

Instagram juga memiliki fungsi dan manfaat yang banyak apabila digunakan secara baik dan benar, adapun fungsi utama Instagram sebagai media sosial berbasis visual, yaitu:

- a. Sebagai sarana komunikasi, yakni memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi informasi, ide, dan pengalaman melalui gambar dan video;
- b. Sebagai alat branding dan pemasaran. Wadah dalam berekspresi baik dari individu maupun kelompok sebuah organisasi dan bisnis;
- c. Sebagai platform hiburan. Pengguna Instagram dapat menikmati berbagai konten dari akun favorit mereka, seperti konten video lucu, tutorial, dan konten edukatif;

- d. Sebagai media kehumasan, yakni organisasi dan instansi pemerintah menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi kepada publik dan membangun citra positif; dan
- e. Sebagai sarana edukasi dan informasi, yakni tersedianya berbagai konten edukatif dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, teknologi, dan gaya hidup.

2.2.5 Pengertian Video

Video merupakan teknologi yang digunakan untuk merekam, memproses, menyimpan, dan mempresentasikan gambar bergerak yang disertai atau tanpa suara. Video menjadi salah satu media komunikasi yang efektif karena video mampu menyampaikan informasi secara lebih jelas dan lebih menarik dibandingkan dengan teks atau infografis. Pembuatan video diperlukan teknik dan juga fasilitas dalam produksinya. Aplikasi pengedit video adalah perangkat lunak yang mendukung pekerjaan editor dalam menyempurnakan dan meningkatkan kualitas video sesuai dengan presisi (Ardiansyah, 2023). Dalam era digital, video memiliki peran yang besar dalam menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media sosial dan digital. Video dapat dikategorikan berdasarkan tujuan dan penggunaannya, adapun jenis-jenis video berdasarkan tujuan dan penggunaannya, antara lain:

- a. Video edukasi, digunakan dalam pembelajaran sebagai media belajar untuk menyampaikan materi secara interaktif dan menarik;
- b. Video dokumenter, bertujuan untuk mendokumentasikan sebuah peristiwa nyata yang terjadi secara faktual dan informatif;
- c. Video promosi, digunakan dalam pemasaran untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen;
- d. Video hiburan, berisi mengenai konten yang memiliki tujuan untuk menghibur;
- e. Video tutorial, berisi mengenai panduan atau instruksi tertentu yang mengajarkan keterampilan atau penggunaan suatu produk; dan

- f. Video animasi, menggunakan teknik animasi gambar 2 dimensi atau 3 dimensi untuk menyampaikan pesan.

2.2.6 Video Edukasi

Video edukasi adalah media pembelajaran berbasis audio-visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau konsep tertentu secara menarik, sederhana, dan lugas. Informasi yang disajikan melalui media audiovisual dan pergerakan akan lebih mudah dipahami dengan jelas karena dapat didengar melalui suara dan dilihat melalui gambar (Nashrullah, N., Sulton, S., & Soepriyanto, 2019). Video edukasi menerapkan prinsip *cognitive load theory* atau teori pengajaran yang mengoptimalkan pembelajaran, dan multimedia learning untuk membantu meningkatkan pemahaman, daya ingat, serta motivasi belajar audiens. Oleh karena itu, dalam pembuatan video edukasi, penting untuk memperhatikan aspek visual, durasi, interaktivitas, dan kesesuaian materi dengan audiens.

2.2.7 Teknik Pembuatan Animasi

Video animasi adalah kombinasi antara elemen visual yang bergerak dan audio yang terintegrasi untuk menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan lebih menarik bagi penonton (Permata & Hapsari, 2021). Dalam era digital, video animasi berperan dalam kehumasan dan komunikasi, karena mampu menjangkau audiens secara efektif melalui konten yang kreatif dan mudah dipahami. Video animasi dapat dikategorikan berdasarkan tekniknya pembuatannya, adapun jenis-jenis video animasi antara lain:

- a. Animasi 2D (Dua Dimensi), menggunakan gambar dua dimensi yang digerakan untuk menciptakan sebuah ilusi pergerakan. Contoh: kartun dan iklan animasi;
- b. Animasi 3D (Tiga Dimensi), menggunakan model tiga dimensi yang lebih realistis dengan efek pencahayaan dan tekstur yang lebih kompleks, contoh: film animasi 3D seperti *Toy Story*;

- c. Animasi *Stop Motion*, dibuat dengan pengambilan gambar objek nyata yang digerakan secara bertahap untuk menciptakan efek gerakan. Contoh: film *Shaun The Sheep*;
- d. Animasi *Motion Graphics*, berfokus pada elemen grafis bergerak, seperti pada teks dan bentuk yang sering digunakan dalam video presentasi dan iklan;
- e. Animasi *Whiteboard*, teknik animasi yang menyerupai tulisan tangan di papan tulis, dan sering digunakan untuk tujuan edukasi.

2.2.8 Penulisan Naskah

Naskah adalah bentuk tulisan yang berisi sebuah gagasan, informasi, atau cerita yang disusun secara sistematis untuk tujuan tertentu, seperti bentuk komunikasi, dokumentasi, maupun publikasi. Naskah dapat berupa teks asli sebelum diterbitkan dan dipublikasikan yang diproduksi dengan berbagai bentuk, seperti buku, film, drama, pidato, atau sebuah berita. Naskah merupakan aset tertulis dalam bentuk manuskrip yang mencerminkan berbagai aspek kehidupan, seperti sosial, politik, ekonomi, agama, budaya, bahasa, dan sastra (Permadi, n.d, 2017). Struktur naskah yang sistematis membantu memastikan bahwa pesan tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada audiens yang dituju. Naskah memiliki banyak peran penting dalam berbagai bidang, yaitu bidang komunikasi, pendidikan, dan produksi media, adapun fungsi dan manfaat naskah di antaranya:

- a. Sebagai pedoman produksi;
- b. Sebagai sarana dokumentasi;
- c. Sebagai media komunikasi; dan
- d. Sebagai alat edukasi.

2.2.9 Editing Video Animasi

Editing video animasi adalah proses penyuntingan dan pengolahan elemen animasi untuk meningkatkan kualitas visual, memperhalus gerakan, menyempurnakan transisi, serta mengintegrasikan efek suara dan musik agar

lebih menarik dan komunikatif. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan video animasi yang lebih interaktif, komunikatif, informatif, edukatif, serta mampu menyampaikan pesan dengan efektif. untuk menghasilkan video yang berkualitas, diperlukan alat yang mendukung proses pembuatan dan pengeditan dengan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan (Harahap & Rahmawati, 2024). Editing dalam video animasi memiliki fungsi dan tujuan utama, yaitu:

- a. Menyempurnakan gerakan animasi, yakni memastikan transisi antar adegan lebih halus dan pergerakan karakter lebih natural;
- b. Menambahkan efek visual dan audio, yakni memperkaya animasi dengan efek suara, musik latar, serta efek visual untuk meningkatkan daya tarik audiens;
- c. Memperbaiki warna dan komposisi, dengan mengoptimalkan pencahayaan, kontras, dan warna agar sesuai dengan tema animasi yang diproduksi;
- d. Menyusun alur cerita yang lebih jelas, bertujuan untuk mengatur adegan agar memiliki alur yang logis dan mudah dipahami oleh audiens; dan
- e. Meningkatkan hasil video animasi yang lebih komunikatif dan informatif, yakni meningkatkan kualitas video agar sesuai dengan standar produksi yang berlaku.

Selain memiliki fungsi utama dalam editing, video animasi juga memiliki beberapa jenis diantaranya:

- a. *Motion Graphics Editing*
 - 1) Berfokus pada pergerakan elemen grafis seperti teks, logo, dan ilustrasi;
 - 2) Digunakan dalam iklan, presentasi produk, atau video edukasi; dan
 - 3) Contoh: animasi logo, tipografi bergerak, infografik animasi.
- b. *Character Animator Editing*
 - 1) Menyunting animasi karakter agar terlihat lebih natural dan juga lebih realistis;

- 2) Meliputi pengaturan dalam ekspresi wajah, gerakan tubuh, serta sinkronisasi bibir dengan suara (*lip-sync*); dan
 - 3) Contoh: film animasi 2D atau 3D seperti iklan animasi atau *Toy Story*.
- c. *Stop Motion Editing*
- 1) Proses mengedit gambar atau objek yang ada pada *frame-by-frame* untuk menciptakan sebuah ilusi gerakan;
 - 2) Penyuntingan sempurna antara transisi dengan gambar diperlukan; dan
 - 3) Contoh: film *Shaun The Sheep*.
- d. *Cutout Animation Editing*
- 1) Memannfaatkan gambar atau ilustrasi yang dipotong dan digerakan secara terpisah; dan
 - 2) Biasanya digunakan dalam pembuatan 2D yang lebih sederhana dalam produksinya.
- e. *Rotoscoping Editing*
- 1) Teknik pengeditasn yang melibatkan *tracing* atau menggambar ulang gerakan dari rekaman video nyata untuk menghasilkan animasi yang lebih halus;
 - 2) Sering digunakan dalam pembuatan efek visual di film; dan
 - 3) Contoh: film avatar 2009, di mana gerakan aktor digunakan membuat salah satu karakter lebih hidup.
- f. *Compositing and Visual Effect (VFX) Editing*
- 1) Proses penggabungan beberapa elemen dari animasi dan efek visual dalam satu *frame*; dan
 - 2) Memanfaatkan *green screen*, *tracking*, dan simulasi efek, seperti ledakan atau cahaya.
- g. *Colour Corection and Colour Grading*
- 1) Penyesuaian warna dalam video animasi dengan tujuan agar lebih seragam dan sesuai dengan suasana yang diinginkan; dan
 - 2) Memastikan konsistensi warna agar suatu adegan dalam film animasi.
- h. *Sound Editing and Audio Synchronization*

- 1) Mengatur efek suara, musik latar, dan sinkronisasi suara dengan animasi agar animasi terasa lebih hidup;
- 2) Meliputi *lip-sync*,
- 3) penambahan suara latar, atau penyesuaian *volume*; dan
- 4) Contoh: film Tom & Jerry yang menggunakan efek suara unik untuk meningkatkan humor dalam animasi.