# BAB II

**LANDASAN TEORI**

## 2.1 Teori Utama

### 2.1.1 Kampanye

Kampanye adalah kegiatan penyampaian komunikasi atau informasi yang dilakukan secara terencana untuk mendidik, membujuk, mempengaruhi dan memperoleh simpati dari individu atau masyarakat, dengan menggunakan berbagai media untuk mencapai tujuan dalam satuan waktu tertentu. Menurut Bab 10 DPR, DPD, DPRD pada Pemilu 2008, kampanye adalah kegiatan pemilih untuk membujuk pemilih dengan menyampaikan visi, misi, dan program pemilih. Kampanye pada dasarnya didasarkan pada prinsip persuasi, yaitu meminta dan mendorong masyarakat untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan secara sukarela. Cangara (2011) Menurutnya, kampanye adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan agar publik mengecek dan melihat perilaku yang diinginkan oleh informan. Kampanye itu sendiri dibagi menjadi berbagai jenis. Ada kampanye sosial, kampanye yang menyampaikan pesan-pesan yang menyangkut masalah sosial dan bersifat non-komersial. Berikutnya adalah *Whisper campaign,* yaitu *campaign* yang menggunakan jurus-jurus untuk bertarung atau beraksi secara bersamaan. Ketiga, sales promotion yaitu kegiatan kampanye yang dilakukan untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan, dsb. Umumnya, perusahaan produk menjalankan kampanye iklan untuk meningkatkan penjualan. Jenis kampanye ini diterapkan untuk menghasilkan keuntungan sebesar mungkin. Semakin banyak keuntungan semakin baik. Dan yang terakhir adalah kampanye politik, yaitu kampanye yang menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang apa dan bagaimana suatu partai, program atau visi. Hal ini memungkinkan publik untuk memahami tujuan dan niat partai dan memutuskan apakah akan dipilih atau tidak.

### 2.1.2 Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, iklan layanan masyarakat adalah iklan yang disosialisasikan oleh instansi atau lembaga yang memberikan informasi atau edukasi kepada masyarakat tentang suatu topik atau masalah tertentu. Pemberitahuan publik ini banyak dijumpai di jalan dalam bentuk baliho, baliho atau secara digital di televisi. Iklan untuk tujuan publik setara dengan pesan atau undangan yang dikirim oleh pemerintah. Namun, Iklan layanan masyarakat ini tidak hanya datang dari pemerintah. Organisasi nirlaba atau nirlaba dapat menjalankan iklan ini. Tujuan dari periklanan di sektor publik adalah untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap berbagai isu.

Menurut Susamto 1976: Menurut pasal 203, pengumuman publik adalah sarana yang terkait dengan layanan nirlaba apa pun, kecuali transmisi informasi berbasis spasial dan waktu, yang ditransmisikan oleh layanan nirlaba dan dilakukan berdasarkan kegiatan non-profit ( tidak mengejar keuntungan) aktivitas. Sedangkan menurut Liliwer 1992: 32, mengatakan bahwa iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk iklan nirlaba dan iklan tersebut tidak bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat dunia. Kampanye ILM yang terkenal di Indonesia antara lain Keluarga Berencana (KB), Saya Anak Sekolah dan kampanye Pilihan Penglihatan Anak Nasional. Tidak ada organisasi khusus yang menangani periklanan publik di Indonesia. Umumnya, iklan layanan masyarakat dibuat secara mandiri oleh biro iklan yang bekerja sama dengan media dan pengiklan. Hal ini menyebabkan kurangnya keterlibatan dan sinergi dalam desain iklan, biaya, dan pengiriman pesan. Selain itu, iklan layanan masyarakat tetap dikenakan pajak meskipun ruang dan waktu disumbangkan oleh media.

### 2.1.3 Internet

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network* karena fungsinya yang menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia. Dari satu fungsi itu, internet semakin berkembang dan memiliki banyak manfaat bagi perkembangan dunia. Secara definitif, internet adalah sebuah sistem jaringan yang menghubungkan berbagai komputer dari berbagai belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi. Dalam praktiknya, sebuah komputer untuk saling terhubung dengan komputer lainnya membutuhkan bantuan dari sebuah program kecil bernama *browser.* Di dunia ini, perkembangan aplikasi browser telah berkembang secara cepat mengikuti perkembangan teknologi pada internet, khususnya koneksi internet dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Saat ini browser yang paling banyak digunakan adalah *Mozila Firefox* karena keunggulan koneksinya yang cepat. Namun masih banyak pilihan browser lainnya yang juga bisa digunakan untuk bisa terhubung dengan internet. Dalam perkembangannya, internet menjadi sebuah jaringan *(network)* komputer terbesar di dunia. (Jaringan merupakan istilah yang berarti sekelompok komputer yang dihubungkan bersama sehingga dapat berbagi-pakai informasi dan sumber daya). Sesuai dengan namanya, internet bukan jaringan tunggal tetapi lebih merupakan jaringan dari jaringan. Internet mengandung sejumlah standar untuk melewatkan informasi dari satu jaringan ke jaringan lainnya, sehingga jaringan jaringan di seluruh dunia dapat berkomunikasi.

Menurut **Sarwono** Internet adalah kumpulan jaringan dengan skala global, di mana tidak seorang pun mampu bertanggung jawab untuk menjalankan internet itu sendiri. **Sedangkan menurut Onno W. Purbo (Prihatna, 2005)** Internet adalah media yang memungkinkan sebuah proses komunikasi berlangsung efisien dengan menyambungkannya dengan beragam aplikasi. Dalam praktiknya, internet memunculkan istilah baru, yakni dunia maya. Sedangkan dunia di mana kita hidup disebut dunia nyata. Internet berada di antara keduanya. Karena salah satu fungsi internet adalah sebagai penghubung antara dunia nyata dengan dunia maya. Dunia maya adalah tempat para pengguna internet berkomunikasi. Sehingga internet menjadi sebuah jaringan komunikasi global. Berjuta orang di seluruh dunia menggunakan internet untuk berbagai hal, mulai keperluan pribadi, organisasi, sampai keperluan perusahaan. Masyarakat Indonesia di berbagai daerah juga sudah banyak yang menggunakan internet. Tidak hanya di perusahaan, penggunaan internet juga masuk ke sekolah-sekolah sebagai sarana penting dalam kegiatan pembelajaran. Akses internet bahkan sudah mudah digunakan di rumah-rumah. Dari berbagai informasi mengenai internet di atas, maka dapat disimpulkan bahwa internet adalah jaringan komunikasi dan sumber daya informasi yang bersifat global yang memungkinkan para penggunanya saling terhubung satu sama lain dengan bantuan sebuah program kecil bernama browser.

### 2.1.4 Media Sosial

Media sosial adalah istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform Media Baru tetapi juga menyiratkan dimasukkannya sistem seperti FriendFeed, Facebook, dan lain-lain yang pada umumnya dianggap sebagai jejaring sosial. Idenya adalah bahwa berbagai platform media yang memiliki komponen sosial dan sebagai media komunikasi publik***.* Mark Hopkins (2008)** selain itu menurut **Michael Cross (2013)** Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih *hypernym* dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan atau rancangan.Berdasarkan pandangan di atas, bahwa media sosial adalah sebuah media komunikasi, informasi berbasis web yang bisa diakses oleh semua orang.

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010) membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu :

1. Kolaborasi Proyek (*Collaborative projects*)

Memungkinkan adanya kerja sama dalam kreasi konten yang dilakukan oleh beberapa pengguna secara simultan, misalnya adalah Wikipedia. Beberapa situs jenis ini mengizinkan penggunanya untuk melakukan penambahan, menghilangkan, atau mengubah konten. Bentuk lain dari *collaborativep roject*s adalah *social bookmarking* yang mengizinkan koleksi berbasis kelompok dan peringkat kaitan internet atau konten media.

1. Jurnal Online (Blog)

Blogs merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling awal yang tumbuh sebagai web pribadi dan umumnya menampilkan datestamped entries dalam bentuk kronologis. Jenis blog yang sangat populer adalah blog berbasis teks.

1. *Content communities*

Memiliki tujuan utama untuk berbagi konten media di antara para pengguna, termasuk didalaminya adalah teks, foto, video, dan *powerpoint presentation*. Para pengguna tidak perlu membuat halaman profil pribadi.

1. *Social networking sites*

Memungkinkan para pengguna untuk terhubung dengan menciptakan informasi profil pribadi dan mengundang teman serta kolega untuk mengakses profil dan untuk mengirim surat elektronik serta pesan instan. Profil pada umumnya meliputi foto, video, berkas audio, blogs dan lain sebagainya. Contoh dari *social networking sites* adalah Facebook, MySpace, dan Google+.

1. *Virtual games worlds*

Merupakan platform yang mereplikasi lingkungan ke dalam bentuk tiga-dimensi yang membuat para pengguna tampil dalam bentuk avatar pribadi dan berinteraksi berdasarkan aturan-aturan permainan.

1. *Virtual sosial worlds*

Memungkinkan para inhabitan untuk memilih perilaku secara bebas dan untuk hidup dalam bentuk avatar dalam sebuah dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata. Contohnya adalah *Second Life.*

### 2.1.5 Hoaks/hoax

Kata hoax mulai dikenal dan dipakai di Inggris pada abad ke-18 tepatnya berbarengan dengan terbitnya buku *A Glossary: Or, Collection of Words, Phrases, Names dan Allusions to Customs* yang ditulis oleh Robert Nares tahun 1822. Ia menulis mengenai asal-muasal kata hoax. Menurutnya hoax berasal dari kata “hocus” dalam “hocus pocus”. Robert juga mengatakan bahwa mantra tersebut adalah asal dari kata hoax. Menurut Robert, hoax adalah kabar bohong yang dibuat untuk melucu. Selain itu, hoax juga sengaja dibuat. Hoax bertujuan untuk membuat bingung penerima informasi dengan maksud menghibur berupa candaan. Seiring berjalannya waktu kata hoax semakin dikenal dan berkembang, dari sebuah lelucon atau candaan menjadi candaan yang agak serius.

Hoax bukan hal baru di Indonesia. sudah ada sejak zaman dahulu, bahkan sebelum ada internet. Orang zaman dahulu mengenal istilah surat kaleng. Beberapa orang mengatakan bahwa surat kaleng adalah surat yang diterima tanpa diketahui pengirimnya. Surat kaleng berisi hal-hal penting yang hendak disampaikan. Namun beberapa lainnya mengatakan bahwa surat kaleng adalah surat yang digunakan untuk menyebar berita bohong. Tidak adanya keterbatasan internet menjadi pemicu utama dalam penyebaran berita hoax. Hoax adalah berita bohong atau kabar palsu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hoaks atau hoax adalah berita bohong atau berita tidak bersumber. Hoax adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar. Tapi dibuat seolah-olah benar adanya dan diverifikasi kebenarannya. Dengan kata lain, sebagai upaya memutarbalikkan fakta. Sementara menurut Silverman (2015), hoax adalah rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan, namun 'dijual' sebagai kebenaran.

### 2.1.6 Ibu Rumah Tangga

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2005) pengertian ibu rumah tangga adalah seorang ibu yang mengurus keluarga saja. Menurut Joan (Widiastuti, 2009), menjelaskan pengertian ibu rumah tangga sebagai wanita yang telah menikah dan menjalankan tanggung jawab mengurus kebutuhan-kebutuhan di rumah. Sedangkan menurut pendapat Walker dan Thompson (Mumtahinnah, 2011) ibu rumah tangga adalah wanita yang telah menikah dan tidak bekerja,mmenghabiskan sebagian waktunya untuk mengurus rumah tangga dan mau tidak mau setiap hari akan menjumpai suasana yang sama serta tugas–tugas rutin. Menurut Fredian dan Maule (Kartono, 1992) masyarakat tradisional memandang fungsi utama wanita dalam keluarga adalah membesarkan dan mendidik anak. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti dapat menyimpulkan secara umum seorang ibu rumah tangga adalah seorang wanita yang sudah menikah memiliki peran sebagai istri, ibu, dan *homemaker* (pekerja rumah tangga).

## 2.2 Teori Pendukung

### 2.2.1 Desain Komunikasi Visual

Ditinjau dari segi etimologi, pengertian desain komunikasi visual mencakup tiga etimologi yang diambil dari beberapa bahasa yang berbeda. Desain diambil dari kata Italia *designo*, yang berarti gambar. Dalam bahasa Inggris*, design* berasal dari bahasa latin *designare* yang berarti perencanaan atau desain. Istilah desain dalam seni rupa dikombinasikan dengan desain, desain, desain atau sketsa. Istilah komunikasi mengacu pada penggunaan suatu media dengan tujuan tertentu untuk menyampaikan pesan dari komunikator (pembawa pesan) kepada komunikkan (penerima pesan). Komunikasi itu sendiri berasal dari bahasa Inggris *communication,* yang diambil dari bahasa Latin *communis,* yang berarti “sama” (bahasa Inggris: *common*). Kemudian dalam proses pemahaman, dianggap sebagai proses menciptakan kesamaan atau kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan). Dan kata visi berarti segala sesuatu yang dapat dilihat dan ditanggapi oleh penglihatan manusia (yaitu mata). Berasal dari bahasa Latin *videre,* yang berarti melihat, kemudian diadopsi oleh bahasa Inggris Visual. Dari pengertian istilah yang ditemukan, dapat dijelaskan bahwa desain komunikasi visual adalah seni menyampaikan informasi *(the art of communication)* dengan menggunakan bahasa visual yang disampaikan melalui media berupa desain dengan tujuan menginformasikan, mempengaruhi, dan mengubah perilaku. Dari Lihat itu target terhadap target yang dimaksud. Bahasa visual yang digunakan meliputi grafik, tanda, simbol, gambar/ilustrasi foto, tipografi/huruf, dll. Ini adalah aturan bahasa visual yang khas berdasarkan dasar seni rupa. Informasi yang diungkapkan secara kreatif dan komunikatif mengandung solusi dari masalah yang ingin disampaikan.

Desain Komunikasi Visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pendekatan baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda maupun nilai. (Agus Sachri) “Desain Komunikasi Visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, atraktif (penuh gerak), dan perubahan.” (Widagdo 1993:31)

### 2.2.2 Animasi *Stop Motion*

Animasi *stop motion* merupakan sebuah teknik pembuatan film yang prosesnya berupa pemindahan objek sedikit demi sedikit dan setiap perpindahannya akan difoto sehingga akan memberikan ilusi seolah-olah objek tersebut bergerak ketika seluruh fotonya digabungkan. Menurut *(*Pharosproduction, *2006, chap. I).* Cara kerja *stopmotion* yaitu mengharuskan animator mengubah scene secara fisik, memfoto satu frame, mengubah scene lagi dan memfoto satu frame lagi, dan seterusnya. Animasi ini sebetulnya mirip dengan *flipbook*. Hanya saja proses pembuatannya menggunakan objek nyata dan bukan gambar.

Saking lamanya pembuatan animasi ini, untuk membuat satu detik stop motion saja membutuhkan kurang lebih 12 gambar. *Stop motion* ada beberapa jenis,

1. *Object Motion*

Jenis animasi ini juga dikenal dengan nama *Object Animation.* Pada dasarnya, Obet-Motion merupakan jenis *stop Motion* yang paling sederhana sebab kamu hanya perlu memotret setiap perpindahan objek yang digunakan.

1. *Claymation*

Seperti namanya, Claymation merupakan jenis stop motion yang menggunakan *Clay* sebagai objeknya. Dalam pembuatannya, kamu harus memotret setiap perubahan *clay,* mulai dari berkedip, menggerakkan mulut, dan gerakan tubuh lainnya.

1. *Pixilation*

Berbeda dengan kedua jenis animasi sebelumnya yang menggunakan benda mati, *pixilation* menggunakan manusia sebagai objeknya.

1. *Cutout Animation*

*Cutout Animation* merupakan jenis animasi yang menggunakan potongan-potongan kertas sebagai objeknya, bisa berupa manusia, hewan, tumbuhan, dan lain-lain.

1. *Puppet Animation*

Seperti namanya, *puppet animation* adalah jenis animasi yang menggunakan boneka wayang.