

Pembuatan Video Iklan Animasi 2D Anime Style Pada Kedai Kovida Kopi Surakarta

Muhammad Rizqi Pradhana, rizqydana26@gmail.com, Universitas Surakarta
Sukoco, sukoco@unsa.ac.id, Universitas Surakarta

ABSTRAKSI

Kovida Kopi merupakan *Coffee Shop* yang menyajikan berbagai jenis makanan, cemilan, dan kopi seperti Robusta, Arabika maupun kopi *ready to drink*. Oleh karena itu *Kovida kopi* memerlukan sebuah media iklan yang unik dan menarik yang mampu memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas agar dapat meraih *insight* yang tinggi. Tujuan proyek studi ini menghasilkan animasi 2 dimensi sebagai media iklan Kovida Kopi.

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah media sosial iklan yang digunakan oleh Kovida Kopi hanya Instagram saja. Tentu dengan adanya media sosial tambahan seperti Youtube dapat memberikan informasi yang lebih luas kepada masyarakat. Tujuan proyek studi ini menghasilkan animasi 2 dimensi dipilih untuk media iklan karena menggunakan animasi dapat lebih menarik daripada iklan berbentuk statis.

Metode pengembangan animasi 2 dimensi ini melalui beberapa tahap yakni 1) perancangan, 2) ilustrasi, 3) *compositing*, 4) *editing*, 5) *rendering*, 6) uji coba, 7) implementasi. Metode penelitian menggunakan yaitu metodologi, diantaranya adalah metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, studi kepustakaan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah video iklan yang menarik untuk digunakan sebagai memperkenalkan Kovida Kopi kepada masyarakat umum secara luas terutama di luar kota Surakarta. sehingga dapat mengingat tentang produk kepada masyarakat agar menaikkan penjualan produk Kovida Kopi sendiri.

Kata Kunci: Animasi 2D, Iklan, Perancangan

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Iklan merupakan media untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen atau masyarakat umum. Iklan biasanya digunakan untuk membuat orang atau konsumen terbujuk, ingat pada produk tersebut. Untuk membuat konsumen atau masyarakat tertarik kepada produk diperlukan iklan yang menarik dan mudah diingat. Dengan perkembangan teknologi saat ini, pembuatan iklan semakin beragam bentuknya seperti bentuk visual, audio, dan gerak.

Animasi pada dasarnya adalah suatu disiplin ilmu yang memadukan unsur seni dengan teknologi. Sebagai disiplin ilmu yang memadukan unsur seni ia terikat dengan aturan atau hukum dan dalil yang mendasari keilmuan itu sendiri, yaitu *prinsip animasi*. Sedang teknologi untuk menunjang keilmuan itu sendiri adalah perangkat yang dapat merekam buah animasi tersebut. Seperti kamera film atau video, perekam suara, perangkat lunak komputer, serta sumber daya manusia. Semuanya bersinergi hingga terwujudlah sebuah karya animasi. (Partono, 2017).

Animasi 2D dipilih untuk mengiklankan suatu produk karena dianggap efisien dalam

mengiklankan produk. Disatu sisi iklan 2D juga menarik untuk dilihat dari segi tampilannya. Selain menarik, biaya pembuatannya tidak terlalu mahal dan tidak membutuhkan banyak tenaga manusia untuk mengiklankan produk. Namun pembuatannya memerlukan kreatifitas dan keterampilan yang memadai, jika tampilan tidak seimbang dan harmonis maka iklan menjadi tidak menarik dan membuat orang malas melihatnya. Jadi membuat iklan dengan animasi 2D yang menarik bisa membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat umum yang lebih luas cakupannya lagi.

Kovida Kopi terletak di Jl. A.M Sangaji No.4 Gajahan, Ps Kliwon, Surakarta untuk pusatnya, sedangkan cabangnya terletak di Jl. Kluwak No.11, Kagokan, Pajang (*Garage Kost*), Surakarta. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan *owner* Kovida Kopi yaitu media sosial yang digunakan promosi oleh Kovida Kopi hanya *Instagram* dan berupa audio, video. Dengan pembuatan media berupa animasi 2D diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih menarik konsumen.

2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana cara membuat video iklan animasi 2D yang menarik..
- 2) Kovida kopi belum memiliki media iklan berbasis animasi 2D.

3. BATASAN MASALAH

Pada penelitian ini, penulis membatasi masalah sebagai berikut :

- 1) Membuat video iklan animasi 2D yang menarik.
- 2) Obyek penelitian video animasi 2D ini adalah Kovida Kopi.

4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah :

- 1) Dihasilkan media iklan yang menarik berupa Animasi 2D *Anime style*.
- 2) Dihasilkan video Animasi 2D *Anime style* yang dapat berguna untuk meningkatkan penjualan produk Kovida Kopi.

5. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian sebagai bentuk bukti kebenaran suatu konsep dan teori yang dilakukan sebagai berikut :

- 1) Metode Pengumpulan Data
 - a. Observasi
Mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian, untuk diidentifikasi dan dipecahkan permasalahan pada media iklan yang ada, untuk perencanaan Pembuatan Video Iklan Animasi 2D *Anime Style*.
 - b. Wawancara
Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab dengan *owner* media sosial Kovida Kopi sebagai narasumber.
 - c. Kepustakaan
Metode kepustakaan yang digunakan oleh penulis dibagi menjadi dua, yaitu:
 1. *Paper* merupakan penelitian yang terdapat pada jurnal, baik jurnal ilmiah cetakan maupun e-jurnal.
 2. Internet, mengambil data dan informasi jurnal ilmiah di dunia maya.
- 2) Metode Pengembangan (Pembuatan / Pengembangan)
 - a. Analisis

Menganalisa bagaimana membuat konsep video animasi 2D *Anime style* sebagai pemecah permasalahan dengan berdasarkan data yang ada dari metode observasi dan wawancara.

b. Perancangan

Mempersiapkan alat yang akan digunakan, *script* sebagai alur cerita video iklan animasi 2D *Anime style*.

c. Ilustrasi

Proses menggambar *storyboard* secara gambar tangan lalu *designing* karakter, objek, dan *background* menggunakan Adobe Illustrator CC 2020, yang nantinya setiap *vector* akan disatukan di Adobe After Effect CC 2020, secara *frame by frame* untuk karakter animasi 2D *Anime style*.

d. Compositing

Proses meracik video, *vector*, teks pada setiap ruang kerja di Adobe After Effect CC 2020.

e. Editing

Melakukan proses penyatuan secara *frame by frame* hasil gambar, *vector*, teks, audio, dan video menjadi sebuah *scene* yang utuh serta memberi efek LUT sebagai penyatu warna.

f. Rendering

Proses mengubah *file project* Adobe After Effect menjadi sebuah video mp4.

g. Uji Coba

Pengujian dilakukan setelah *rendering*, bertujuan untuk mengetahui kualitas video dan audio apakah sudah sesuai dengan Proses mengubah *file project* Adobe After Effect menjadi sebuah video mp4.

h. Implementasi

Hasil dari uji coba yang telah dilakukan kemudian diimplementasikan pada media *player* maupun media sosial seperti Instagram dan Youtube.

6. TINJAUAN PUSTAKA

Sebagai sumber referensi sekaligus acuan oleh penulis dalam melakukan penelitian menggunakan beberapa karya ilmiah terdahulu dan buku-buku yang digunakan untuk mendukung pembuatan program. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka dengan didukung penelitian yang sudah ada. Sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Berdasarkan penelitian sejenis yang dilakukan oleh Dani Setiadi (2013), dengan judul "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Dan Pembelian Obat Di

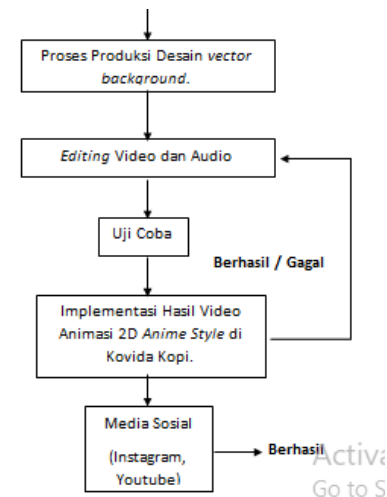
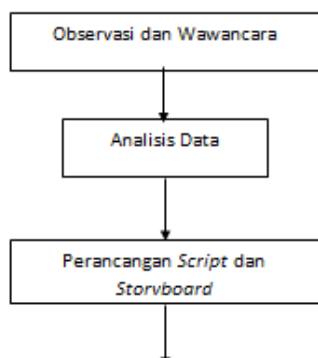
Apotek Emulinda Bandung”, selain dalam proses perhitungan masih menggunakan alat elektronik kalkulator dimana prosesnya harus menjumlahkan satu persatu harga obat yang harus di bayarkan oleh konsumen. Hal ini yang menjadi salah satu kendala yang ada di Apotek Emulinda karena ada beberapa transaksi terjadi kekeliruan atau kesalahan di dalam proses perhitungan pembayaran oleh bagian kasir di saat apotek ramai di datangi Konsumen. Dengan adanya kekeliruan atau kesalahan di dalam proses perhitungan pembayaran maka dapat menyebabkan terjadinya peluang kesalahan dalam pencatatan dan pembuatan laporan data transaksi yang tidak sesuai dengan data obat yang keluar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kristianto (2012), dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Kasir Pada Toko Rejomaret Di Wonogiri”, Sistem informasi Kasir ini dapat menjadi salah satu solusi yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerja dalam mengolah data penjualan barang, serta membuat laporan penjualan barang dengan lebih mudah, cepat dan efisien, dan hasil pengolahan data pada sistem informasi Kasir berupa laporan-laporan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2016), dengan judul “Sistem Informasi Pembelian dan penjualan berbasis Desktop pada toko Abenk”, Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah kasir dalam melakukan transaksi penjualan pada toko abenk yang sebelumnya belum terkomputerisasi. Dalam penelitian ini juga menggunakan aplikasi desktop dan database offline dalam perancangan pembuatan sistem informasinya. Toko tersebut juga merubah proses transaksinya yang sebelumnya belum terkomputerisasi di ubah ke komputerisasi.

Penelitian-penelitian di atas memiliki tujuan yang sama, yaitu membangun sebuah sistem yang bertujuan untuk mempermudah dalam pencatatan transaksi dan dalam pembuatan laporan. Maka berdasarkan referensi dari penelitian-penelitian tersebut, penulis ingin membuat sebuah aplikasi penjualan helm berbasis desktop di toko Suoyo Laris.

7. ALUR PENELITIAN



Gambar 1. Alur penelitian

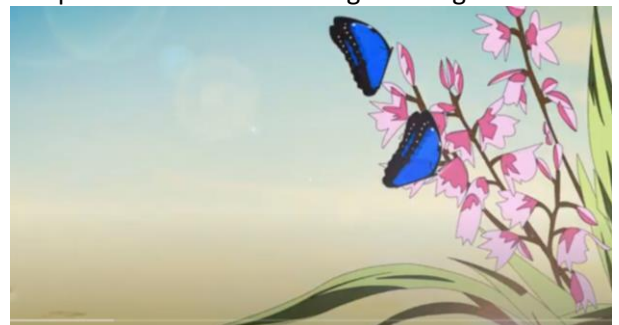
8. ANALISIS

Kovida Kopi belum memiliki media informasi yang menarik untuk mengoptimalkan pemasaran brand kedai kopi dan dapat diterima masyarakat luas, informasi yang digunakan sebelumnya adalah audio video yang diunggah di media sosial *Instagram* saja.

Penulis merekomendasikan agar Kovida Kopi memiliki video iklan animasi 2D *Anime Style*, bukan hanya audio video saja. Video iklan yang menarik dan bisa dinikmati serta mempengaruhi pikiran masyarakat agar terus mengingat mengenai produk Kovida Kopi.

9. IMPLEMENTASI

Implementasi hasil penelitian ditayangkan di Youtube Kovida Kopi dengan url : <https://www.youtube.com/watch?v=ky10ZbNf6Ac> Tampilan video berisi 19 adegan sebagai berikut:



Gambar 2. Scene-1

Menampilkan dua kupu-kupu yang sedang bertebangan melewati bunga sebagai pembuka video iklan kedai *kovida kopi*.



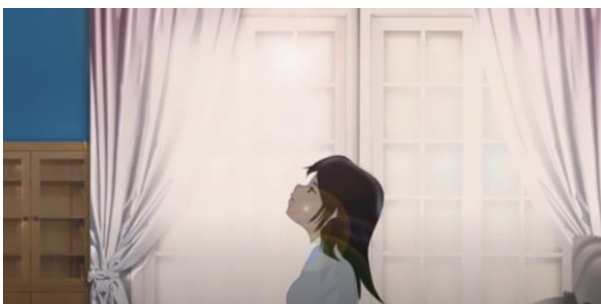
Gambar 3. Scene-2

Menampilkan pemandangan pagi hari di sekitar rumah karakter yang terdapat awan di langit.



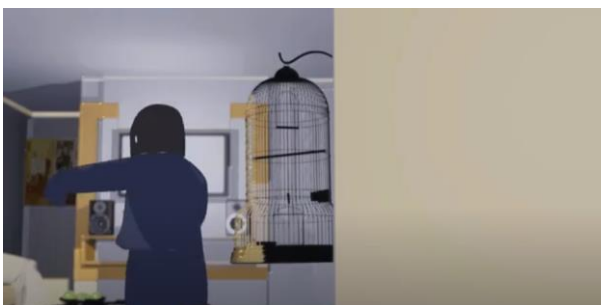
Gambar 4. Scene-3

Menampilkan alarm *smartphone* berdering di selimut tidur *character*.



Gambar 5. Scene-4

Karakter bangun dari tidur, dan menampilkan ruangan kamar tidur karakter yang sedang bangun dari Kasur.



Gambar 6. Scene-5

Karakter memakai baju seragam di ruangan tamu.



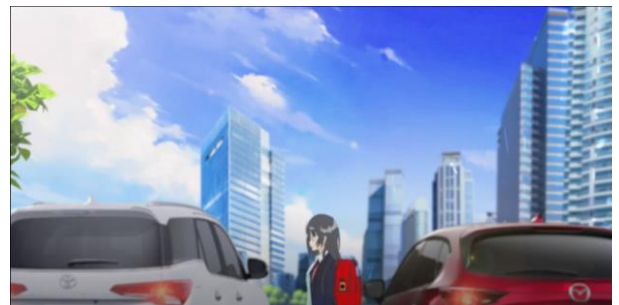
Gambar 7. Scene-6

Menampilkan produk minuman kopi ready to drink di atas meja pada ruang tamu rumah karakter.



Gambar 8. Scene-7

Menampilkan suasana lalu lintas perkotaan, Dan karakter berjalan menyebrangi lalu lintas.



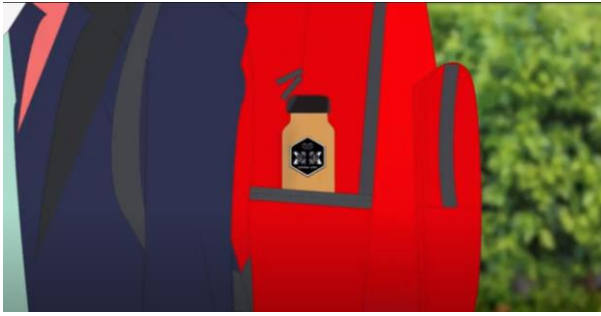
Gambar 9. Scene-8

Menampilkan suasana lalu lintas perkotaan, Dan karakter berjalan menyebrangi lalu lintas.



Gambar 10. Scene-9

Menampilkan tiga kaki *character* sedang berjalan berlawanan di pinggir jalanan kota dan terdapat daun lebat.



Gambar 11. Scene-10

Menampilkan tas karakter yang membawa produk minuman kopi ready to drink pada kantong tas.



Gambar 12. Scene-11

Menampilkan dua karakter berjalan berlawanan di pinggir jalan, dan terdapat daun lebat.



Gambar 13. Scene-12

Menampilkan tangan, Alat tulis, Produk kopi ready to drink secara zoom out angel.



Gambar 14. Scene-13

Menampilkan karakter kagum, happy, dengan latar belakang pepohonan dan awan.



Gambar 15. Scene-14

Menampilkan kedai coffee kovida kopi pada siang hari dengan awan, tumbuhan, serta tiang listrik.



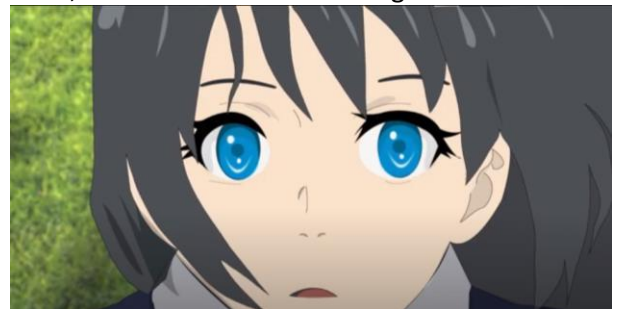
Gambar 16. Scene-15

Karakter menikmati kesegaran dan kagum dengan suasana sekitar. Dan disertai dedaunan jatuh.



Gambar 17. Scene-16

Menampilkan tangan karakter diatas dengan awan, dan sinar matahari di siang hari.



Gambar 18. Scene-17

Menampilkan muka karakter kagum dengan keindahan alam, Setelahnya kamera zoom hingga

ke mata karakter dan terdapat pantulan cahaya awan.



Gambar 19. Scene-18

Karakter memandangi lautan diatas bukit dibawah pohon besar dengan angin sehingga membuat rambutnya bertebaran.

#KEBAHAGIAAN

Gambar 20. Scene-19

Menampilkan text #KEBAHAGIAAN,

10. KESIMPULAN

Proyek studi ini menghasilkan animasi 2 dimensi sebagai media promosi iklan untuk kedai Kovida Kopi. Dalam perancangan animasi 2 dimensi ini disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan yang ditentukan berdasarkan riset, analisis, studi pustaka dan pengolahan ide.

Animasi 2 dimensi ini mengusung konsep yakni menonjolkan keunikan pada media pendukung online Kovida Kopi di Instagram dan Youtube, sebagai upaya menginformasikan Kovida Kopi kepada masyarakat luas.

11. SARAN

Bagi Kovida Kopi, perancangan ini dapat menjadi alternatif media untuk promosi iklan dalam bentuk yang berbeda dari media-media yang sudah dimiliki dan dapat lebih mengembangkan pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial yang mudah dijangkau dan marak digunakan.

Bagi penulis diharapkan perancangan animasi 2 dimensi ini dapat digunakan sebagai portofolio untuk dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan juga sebagai acuan untuk terus meningkatkan kemampuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana.** (2020). *Pembuatan Iklan Video Animasi 2D Dengan judul "Manfaat Bergabung Di Koperasi" Di Koperasi Mandiri Prastista Wiguna. Universitas Dinamika.*
- Asih & Oktarina.** (2018). *Pembuatan film Animasi 2 Dimensi "PERTEMPURAN 5 HARI 5 MALAM DI PAELMBANG". Politeknik PalComTech*
- Darmawan.** (2015). *Opac.perpusnas.go.id. Storyboard Merupakan Penjabaran Alur Yang Sudah Didesain.*
- Darmita.** (2021). *Pendidikan Teknologi Informasi. Perancangan Modul Digital Animasi 2D Menggunakan Metode Pembelajaran Vidio Based Learning Untuk Mengasah Pola Pikir Dan Kreativitas Siswa Di SMK N 1 MESJID RAYA ACEH BESAR. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.*
- Marhaeni.** (2020). *Opacperpusnas.go.id. Melalui Imaji Dunia Televisi Iklan Merupakan Realitas Baru.*
- Partono.** (2017). *Opac.perpusnas.go.id. Animasi Pada Dasarnya Adalah Suatu Disiplin Ilmu Yang Memadukan Unsur Seni Dengan Teknologi.*
- Pinkan.** (2020). *DIV Produksi Film dan Televisi, Penciptaan Film Pendek Animasi 2D Silent Comic Dengan Tema Rise Up Dengan Metode Rigging Menggunakan After Effect. Universitas Dinamika.*
- Purnama.** (2013). *Script Sebagai Dasar Kerja Kemungkinan Sekali Memerlukan Script Formal. Eprints.uny.ac.id.*
- Syahfitri.** (2011). *Teknik Film Animasi Dalam Dunia Komputer. Jurnal SAINTIKOM Vol. 10. No 3. September 2011.*
- Sukmana, J.** (2018). *Teknik Produksi Animasi. Metode 2D Hybrid Animation Dalam Pembuatan Film Animasi Di Macromedia Flash Mx, 4.*
- Yuniyanto.** (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Bisnis dan Manajemen, 8,21-28.*
- Zainiyati.** (2017). *Multimedia Dalam Proses Pempelajaran. 2017:172.*