

PEMBUATAN IKLAN ANIMASI 2D PRODUK GULA SEMUT UNTUK KOPERASI SERBA USAHA JATIROGO, KULON PROGO

Muhkamad Toil¹⁾, Agus Purwanto²⁾

¹⁾Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta

email : muhkamad.t@students.amikom.ac.id¹⁾, agus@amikom.ac.id²⁾

Abstract

In the era of globalization, the development of information technology is growing rapidly each agency requires both domestic and overseas vying enhance the marketing competitiveness in terms of product introduction to the community, to improve quality. One of these is affected by marketing in the country. Marketing in Indonesia is likely to lose out in the competitive international market.

The cause of the defeat of Indonesia in international business competition, one of which is because the Indonesian people still lack love the products made in the country, today's business competition makes insatansi compete advertise their products, in this case the people of Indonesia are still not familiar with the product in the country.

Issues that will be addressed in this regard is how to design an animated ad product marketing sugar ants in the country, which aims to introduce the people of Indonesia in order to determine the quality of the product sugar ants made in the country. The method of data collection methods of observation, wawancara and review of the market, to design their own ads through several stages such as feasibility studies, preliminary planning, analysis, design and implementation of the advertising system advertising system. The software used to create this application is Adobe Flash CS4, Adobe Premier Pro CS4, Adobe Audition 1.5, Adobe Illustrator CS4, and Adobe Photoshop CS4.

Keywords:

2D Animation ad Creation Ants to Sugar Product Business Cooperative Jatirogo, Kulon Progo

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat dan maju. Kecepatan perubahan ini membuat banyak pilihan bagi pengguna, salah satunya yaitu pengguna multimedia. Animasi merupakan teknik pengembangan multimedia yang populer. Perkembangan animasi yang awalnya dikerjakan secara manual kemudian beralih dengan bantuan komputer atau lebih dikenal digital animation

Animasi 2D (Dua Dimensi) berpengaruh di bidang industri periklanan. Dari tokoh karakter, iklan animasi mempunyai kelebihan dibanding iklan liveshoot, karena model penampilan tokoh karakter animasi lebih mudah dan bebas dalam mengespesifikannya.

Koperasi Serba Usaha (KSU) Jatirogo merupakan koperasi produsen produk perkebunan organik dan memasarkan produk-produk perkebunan organik dan hasil pengolahannya terutama gula kelapa organik (gula semut). Periklanan yang digunakan saat ini masih sebatas media cetak yang berupa brosur-brosur. Brosur tersebut akan di berikan kepada pengunjung ketika datang ke outlet. Sehingga periklanan hanya mencakup pengunjung yang datang ke outlet.

Untuk menunjang media periklanan yang berbentuk brosur saat ini, iklan animasi 2D dengan durasi waktu 30 detik menjadi salah satu solusi, karena pada iklan animasi 2D terdapat beberapa kelebihan yang dapat menampilkan gambar, teks,

animasi, suara dibanding dengan media cetak yang hanya menampilkan gambar dan teks. Iklan animasi 2D ini nantinya akan ditayangkan di outlet-outlet gula semut dan bus parawisata tidak menutup kemungkinan melalui youtube dan media sosial lainnya, sehingga masyarakat luas dapat lebih mengenal produk gula semut KSU Jatirogo.

Berdasarkan permasalahan dan solusi diatas maka peneliti memberi judul pada Tugas Akhir yaitu "Pembuatan Iklan Animasi 2D Produk Gula Semut Untuk Koperasi Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo"

Landasan Teori

Pengertian Multimedia

Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link dan tool yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi.

Unsur-unsur Multimedia

Unsur-unsur pendukung dalam multimedia antara lain Teks, Suara, Audio, Animasi dan Video, dan Animasi.

Teks (Text)

Teks merupakan bentuk multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan yang juga berfungsi sebagai pelengkap dari gambar [1].

Image (Gambar)

Image (grafik) sering digunakan dalam presentasi atau publikasi multimedia karena lebih menarik perhatian dan dapat mengurangi kebosanan dibandingkan dengan teks [2].

Suara (Audio)

Audio (suara) adalah komponen multimedia yang dapat berwujud narasi, musik, efek suara atau penggabungan diantara ketiganya. Memanfaatkan semua indra manusia terutama mata dan telinga [2].

Video

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh sebuah kamera, yang kemudian disusun kedalam urutan frame untuk dibaca dalam satuan detik [2].

Animasi

Animasi merupakan penggunaan komputer untuk menciptakan gerak pada layer [2].

Definisi Animasi

Animasi adalah film yang berasal dari pengolahan gambar tangan sehingga menjadi gambar yang bergerak. Bentuk animasi tertua diperkirakan wayang kulit. Karena wayang memenuhi semua elemen animasi seperti layar, gambar bergerak, dialog dan ilustrasi music [3].

Sejarah Animasi

Sejak zaman dahulu, manusia telah mencoba menganimasi gerak gambar binatang, seperti yang ditemukan oleh para ahli purbakala di gua Lascaux Spanyol Utara, sudah berumur dua ratus ribu tahun lebih. Mereka mencoba untuk menangkap gerak cepat lari binatang, seperti celeng, bison atau kuda, digambarkannya dengan delapan kaki dalam posisi yang berbeda dan bertumpuk [4]. Orang Mesir kuno menghidupkan gambar mereka dengan urutan gambar-gambar para pegulat yang sedangbergumul, sebagai dekorasi dinding. Dibuat sekitar tahun 2000 sebelum Masehi.

Lukisan Jepang kuno memperlihatkan suatu alur cerita yang hidup, dengan menggelarkan gulungan lukisan, dibuat pada masa Heian (794-1192) (ensiklopedi Americana volume 19, 1976). Kemudian muncul mainan yang disebut Thaumatrope sekitar abad ke 19 di Eropa, berupa lembaran cakram karton tebal, bergambar burung dalam sangkar, yang kedua sisi kiri kanannya diikat seutas tali, bila dipilin dengan tangan akan memberikan santir gambar burung itu bergerak (Laybourne1978).

Hingga ditahun 1880-an, Jean Marey menggunakan alat potret beruntun merekam secara terus menerus gerak terbang burung, berbagai kegiatan manusia dan binatang lainnya. Sebuah alat yang menjadi cikal bakal kamera film hidup yang berkembang sampai saat ini. Dan di tahun 1892,

Emile Reynaud mengembangkan mainan gambar animasi yang disebut Praxinoscope, berupa rangkaian ratusan gambar animasi yang diputar dan diproyeksikan pada sebuah cermin menjadi suatu gerak film, sebuah alat cikal bakal proyektor pada bioskop (Laybourne1978).

Kedua pemula membuat film bioskop, berasal dari Perancis ini, dianggap sebagai pembuka awal dari perkembangan teknik film animasi

Teknik Dasar Animasi

Berdasarkan proses produksinya teknik pembuatan gambar animasi dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

1. Film Animasi Stop_Motion (Stop-Motion Animation)

Terdapat beberapa teknik film animasi berhubungan dengan teknik shooting (rekam) film animasi langsung termasuk dalam animasi ini, seperti cut-out animation (film animasi potongan), silhouette animation (film animasi bayangan), clay animation (film animasi malam), puppets animation (film animasi boneka) dan lain-lain. Inti dari pembuatan iklan ini adalah menganalisis langsung gerak animasi yang dihentikan sesaat pada saat merekam gambar suatu objek [5].

2. Film Animasi Klasik (Classic Animation)

Film animasi klasik adalah jenis film animasi yang menggunakan teknik film animasi gambar sell (*cellanimation*), teknik tertua yang digunakan dalam sekitar tahun 1930-an ketika Walt Disney merintis film animasinya

3. Film Animasi Komputer/Digital (Digital Animation)

Sesuai dengan perkembangan zaman yang seiring waktu memasuki dunia computer atau digital, film animasi pun banyak mengalami perkembangan pesat didunia computer.

Fungsi Animasi

Animasi hingga saat ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan dalam berbagai kegiatan mulai dari kegiatan santai hingga kegiatan bersifat serius. Animasi sebagai suatu bentuk pantara rupa rungu (audio visual medium), cukup berperan penting dalam menyebarkan pesan atau gagasan yang ingin disampaikan ke masyarakat luas.

Berdasarkan manfaatnya animasi digunakan untuk berbagai kebutuhan diantaranya :

1. Media Hiburan

Animasi digunakan sebagai media penghibur bagi penonton atau pengguna animasi sehingga memberikan kepuasan. Animasi dikerjakan dengan sangat serius sehingga menjadi memiliki nilai jual yang tinggi seperti film, video klip, games.

2. Media Iklan/Promosi

Animasi sebagai media iklan atau promosi adalah strategi yang dibangun sedemikian rupa

agar penonton atau konsumen tertarik untuk membeli atau memiliki atau mengikuti semua yang disampaikan dalam alur cerita dari animasi tersebut. Contoh: iklan Produk dan iklan Layanan Masyarakat.

3. Media Ilmu Pengetahuan

Animasi dapat digunakan untuk menjelaskan atau memaparkan sesuatu yang sangat rumit dan kompleks yang hanya dijelaskan dengan gambar atau suara saja. Contoh : Pembelajaran Ilmu Pasti (Fisika, Kimia, Matematika dan Biologi), dan Ensiklopedia Tentang Jagad Raya.

Konsep Dasar Periklanan

Sejarah Periklanan

Sejarah periklanan dimulai dengan menggunakan pesan berantai, untuk melancarkan jual beli dalam masyarakat. Bentuk yang dipakai adalah cara barter, dimana saat itu disebut sebagai the word of mouth. Disini peran komunikasi verbal sangat berperan [5].

Kemudian manusia mulai menggunakan sarana tulisan sebagai alat penyampaian pesan. Ini berarti pesan iklan sudah dapat dibaca secara berulang-ulang dan disimpan seperti iklan tentang budak yang lari tuannya. Bahkan untuk masyarakat Yunani dan Romawi, ketika itu iklan pada terakota dan perkamen sudah mulai digunakan untuk kepentingan lost n found.

Setelah itu iklan berubah bentuk menjadi relief-relief yang diukir pada dinding-dinding. Penggalian puing-puing Herculaneum membuktikan hal itu, untuk mengumumkan rencana penyelenggaraan pesta pertarungan gladiator. Pada zaman Caesar di Romawi banyak took di kota-kota yang telah memakai tanda dan symbol atau papan nama.

Ketika Gutenberg pada tahun 1450 menemukan mesin cetak mulailah periklanan mendapatkan kedudukan yang penting. Pada awal abad 16 dan 17, banyak iklan yang menampilkan tentang budak belian, kuda, serta produk-produk baru seperti buku dan obat-obatan. Disini iklan sangat mendukung kepentingan komersial.

Sekarang pada masa modern ini setiap kehidupan kita tidak terlepas dari iklan. Setiap media dari radio, televisi, film menyiarkan iklan. Bahkan iklan inilah yang menghidupkan media-media tersebut. Disetiap saat dan setiap waktu iklan menawarkan dirinya dalam bentuk yang semakin menarik, mulai dijalankan dengan papan reklame, jingle, dan musik di radio, bahkan potongan harga dan voucher hadiah. Ini membuktikan bahwa periklanan sudah merupakan bagian dari kehidupan kita.

Di Indonesia sendiri iklan bukanlah barang baru dalam sejarah perekonomiannya. Di Perpustakaan Nasional tersimpan barang bukti sejarah yang menunjukkan iklan telah ada sejak koran beredar di Indonesia lebih dari 100 tahun yang

lalu. Sebagai contoh seperti iklan yang dimuat dalam surat kabar Rientang Timoor yang terbit di Sumatera sejak 1865, yang terbit pertama pada 4 Januari 1865. Surat kabar ini diterbitkan Zedelhoff dan Fabritius untuk mengiklankan took buku dan percetakan yang ada di Padang.

Pengertian Iklan

Periklanan secara definisi dapat dimengerti dari Philip Kotler dalam Manajemen Pemasaran berarti sebagai bentuk penyajian tidak personel dan promosi ide, barang atau jasa oleh seorang sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Pihak yang mengeluarkan uang tersebut tidak hanya perusahaan bisnis tapi bias juga museum, professional, dan organisasi sosial yang mengiklankan tujuan-tujuan mereka pada berbagai masyarakat yang dituju.

Jenis Iklan

Berdasarkan tujuannya, iklan diklasifikasikan menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Iklan Informatif (Informative Advertising)
2. Iklan Persuasif (Persuasive Advertising)
3. Iklan Reminder (Reminder Advertising)

Prinsip Animasi

Prinsip Animasi terdiri dari 12 macam yaitu :

1. Squash and Stretch yaitu kondisi menyempit dan merenggang (biasanya digunakan pada saat membuat bouncing ball)
2. Appeal (Daya Tarik) yaitu sesuatu yang membuat menarik contohnya dalam hal cerita maupun karakter
3. Solid Drawing yaitu membuat gambar seolah olah mempunyai volume atau gelap terang gambar.
4. Slow In / Slow Out yaitu cepat lambat gerakan
5. Exaggeration yaitu upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat hiperbolis
6. Timing yaitu waktu atau durasi
7. Anticipation yaitu persiapan/ awalan gerak, ancang-ancang
8. Staging yaitu Background atau dunia, bisa juga latar tempat
9. Arcs yaitu lintasan gerakan atau garis melengkung untuk membuat suatu gerakan
10. Straight Head and Pose to Pose Action yaitu membuat suatu gerakan dengan cara berurutan dan cara mengalir (straight a head), sedangkan to pose yaitu dengan cara membuat awal dan akhir terlebih dahulu
11. Overlapping and follow through action yaitu gerakan ikutan yang tetap terjadi walaupun gerakan inti telah berhenti, overlapping adalah secara mudah bisa dianggap sebagai gerakan saling silang atau serangkaian gerakan yang saling mendahului

12. Secondary Action adalah Gerakan untuk meyakinkan gerakan inti atau bisa juga gerakan ikutan.

Tahapan Pembuatan Iklan Animasi 2D

Untuk memproduksi iklan animasi 2D harus melalui 3 tahap, yaitu tahap praproduksi, tahap produksi, dan tahap pascaproduksi. Masing-masing tahap tersebut secara dramatis akan mempengaruhi biaya dan kualitas .

Tahap Praproduksi

Tahap Praproduksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum iklan animasi 2D diproduksi secara nyata. Tahap praproduksi ada meliputi [1]:

1. Konsep

Adalah rancangan dalam sebuah ide cerita dalam mengembangkan alur yang nanti akan dibuat dalam iklan animasi 2D.

2. Naskah

Adalah semua dokumen tertulis yang ditulis tangan, dibedakan dari dokumen cetakan atau perbanyakannya dengan cara lain.

3. Pembuatan karakter animasi

Adalah penggambaran karakter orang, hewan maupun objek nyata lainnya yang dituangkan dalam bentuk gambar 2D maupun 3D.

4. Storyboard

Adalah ilustrasi dan penjelasan yang disusun menjadi gambar-gambar yang tersusun sebagai panduan pembuatan film.

Tahap Produksi

Tahap Produksi adalah periode dimana film animasi 2D diproduksi. Tahap ini meliputi [1]:

1. Layout

Adalah proses pemindahan adegan dalam storyboard ke dalam ukuran gambar yang sebenarnya.

2. Key Animation

Adalah proses penambahan gambar yang ada pada layout menjadi gambar kunci gerakan dari setiap adegan.

3. In Between

Adalah gambar yang menghubungkan antara gambar inti ke gambar inti yang lain.

4. Background

Adalah gambar latar belakang yang digunakan untuk memberikan suasana dan tempat dalam film animasi.

5. Pewarnaan

Adalah tahapan dalam melakukan pewarnaan pada karakter dan background animasi.

6. Dubbing

Adalah pemberian suara pada karakter animasi.

Tahap Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi adalah periode dimana semua pekerjaan dan aktivitas yang terjadi setelah

iklan animasi 2D diproduksi secara nyata untuk keperluan komersial. Kegiatan pascaproduksi meliputi [2]:

1. Composite

Tahapan pewarnaan dalam sebuah adegan yang sudah selesai diambil kemudian digabungkan dengan background.

2. Pengeditan

Adalah penggabungan semua scene yang diperlukan dalam sebuah film termasuk dalam proses pemotongan scene.

3. Pemberian efek-efek spesial

Adalah proses pengeditan dalam sebuah scene yang akan diberi efek khusus seperti pencahayaan dalam animasi 2D.

4. Pencampuran audio dan video

Atau rendering merupakan proses pembuatan animasi 2D dengan menggabungkan file audio dan video kedalam film.

Gambaran Umum

Sejarah Berdirinya Koperasi Serba Usaha Jatirogo

KSU Jatirogo adalah Koperasi Produsen produk perkebunan organik yang didirikan pada 26 November 2008 dengan maksud dan tujuan mensertifikatkan kebun organik dan memasarkan bersama produk-produk perkebunan organik dan hasil pengolahannya, terutama gula kelapa organik untuk meningkatkan kesejahteraan petani gula kelapa di wilayah Kulon Progo. KSU Jatirogo mendapatkan badan hukum nomor 24/BH/XV.3/V/2008 dari Bupati Kulon Progo pada tanggal 3 Desember 2008.

Visi dan Misi Serta Peran Koperasi Serba Usaha Jatirogo

VISI

Terwujudnya Koperasi Mandiri yang mengedepankan Kebersamaan dalam Bidang Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Pertanian Organik untuk Kesejahteraan Koperasi, Petani, dan Masyarakat.

MISI

Memberikan produk yang berkualitas dan harga terjangkau. Memberi kemudahan bagi konsumen dalam mencari produk gula semut buatan dalam negeri. Meningkatkan kesejahteraan Petani Perajin Gula Semut.

Pembahasan

Ide Cerita

Ide cerita dari iklan animasi Animasi Gula Semut 2D ini diambil dari proses pemasaran manual dari KSU Jatirogo yang masih memasarkan produknya secara manual. Pengiklanan ini akan disajikan dalam bentuk animasi. Dalam iklan ini akan ditampilkan dua ekor semut dimana semut besar yang rakus dan semut kecil yang lugu itu

sedang berjalan beriringan mencari makanan. Dalam animasi iklan semut besar mati, sedangkan semut kecil heran karena dia tidak mati, setelah itu semut kecil melihat apa yang dimakan oleh semut besar tersebut. Ternyata gula non organik yang menyebabkan semut besar tersebut mati. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa gula non organik kurang baik bagi kesehatan.

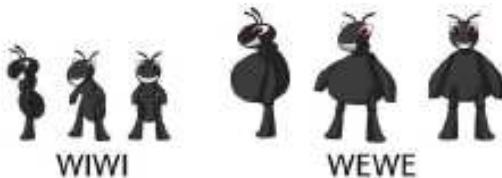
Tema Cerita

Tema yang diambil dari iklan ini yaitu “animasi gula”, dengan jalan cerita semut kelaparan dan mencari makanan. Selanjutnya semut kecil (Wiwi) dan semut besar (Wewe) bercengkrama karena lapar, mereka berjalan beriringan. Semut kecil (Wiwi) menemukan kue, Semut besar (Wewe) menyusul dan mendorong Wiwi. Wiwi terjatuh di gula non organik (warna putih), disusul Wewe yang dengan beringas mendorong Wiwi hingga akhirnya terjatuh digula organik (warna coklat). Wiwi memakan gula organik, dan tampak perubahan kekuatan pada Wiwi. Wewe berusaha mendorong Wiwi kembali, namun Wiwi tidak terjatuh, malah Wiwi mampu mendorong Wewe hingga terjatuh digula non organik. Wewe bangun nampak heran dan melihat ke atas toples. Terlihat tampilan gula organik. Setelah itu dibagian akhir muncul kemasan gula semut Jatirogo beserta semut Wiwi diatasnya dan terdengar branding “Gula semut Jatirogo, 100% gula kelapa organik.”.

Character Development

Tokoh yang terdapat pada iklan animasi jeans 2D ini adalah:

1. Nama : Wiw
Warna : Hitam
Ukuran : Kecil
2. Nama :Wewe
Warna : Hitam
Ukuran : Besar



Gambar 1. Tokoh Semut

Penutup

Kesimpulan

Dari uraian penjelasan keseluruhan materi pada penulisan tugas akhir ini dapat diambil kesimpulan bahwa dalam “Pembuatan iklan Animasi untuk Produk Gula Semut Koperasi Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo”, penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu :

1. Dalam pembuatan “Iklan Animasi 2D untuk produk Gula Semut Koperasi Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo” diperlukan tiga tahapan

penting yaitu: Tahap Pra Produksi, Tahap Produksi, dan Tahap Pasca Produksi.

2. Durasi iklan 30 detik.
3. Menggunakan 25 Fps, yaitu 25 gambar dalam 1 detik.
4. Membuat Iklan Animasi 2D yang diharapkan bisa memberikan pengaruh positif kepada masyarakat agar dapat mengenal produk lokal yang berkualitas dan Penjualan Gula Semut Koperasi Serba Usaha Jatirogo dapat lebih maksimal. Sehingga visi untuk mensejahterakan anggotanya dapat tercapai.

Saran

Saran penulis setelah mengerjakan laporan “Pembuatan iklan Animasi 2D Gula Semut Untuk Koperasi Serba Usaha Jatirogo, Kulon Progo” yaitu dalam membuat iklan animasi 2D diperhatikan tema dan alur cerita, sehingga dalam membuat iklan animasi yang baik adalah di awali dengan pemunculan masalah, solusi dari masalah tersebut, keunggulan dari produk yang kita iklankan, hasil serta solusi, dan brand produk iklan tersebut.

Dalam merancang sebuah iklan animasi harus benar-benar memperhatikan strategi-strategi periklanan, antara lain :

1. Ide cerita harus lebih luas dan kreatif karena iklan mempunyai sasaran konsumen yang lebih luas.
2. Untuk menghasilkan iklan yang baik sangat disarankan pengjerjaannya dilakukan dengan baik pada proses pra produksi agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar. Pengajaran pada tahap pra produksi yang dilakukan dengan baik, dapat
3. mempermudah pengajaran pada tahap-tahap selanjutnya, begitu juga sebaliknya.
4. Perlu penambahan ciri khas produk, agar pemirsa tanpa melihat dan hanya mendengar audio pada produk iklan dapat langsung mengerti iklan tersebut, contoh: iklan Oreo.
5. Perlu penambahan adegan yang menarik agar yang melihat dapat mengingatnya dengan mudah iklan tersebut.
6. Perbandingan gula dan semut kurang realistik.
7. Penataan frame-frame atau gambar serta pemberian efek audio kurang rapi.

Daftar Pustaka

- [1] M.Suyanto. 2005. *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing* (rev.ed) Yogyakarta : Andi Offset
- [2] Amir fatah Sofyan, Agus Purwanto. *Digital Multimedia Animasi, sound Editing, & Video Editing* Yogyakarta
- [3] Yoyok Kristiawan Sukma. 2010. *Buku Pedoman Skripsi Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Berbentuk 2D*
- [4] John Hallas & Roger Manvell.1973. *The Technique of Film Animation*. Hastings House

- [5] Yoyok Kristiawan Sukma. 2010. *Buku Pedoman Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Berbentuk 2D*
STMIK AMIKOM