

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Multimedia berperan dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Di era digital ini, salah satu peranan multimedia adalah untuk meningkatkan keunggulan bersaing di bidang pemasaran. Media tersebut dapat berupa audio, animasi, video, teks, grafik dan gambar. Animasi dalam media iklan atau promosi memiliki peranan dalam menarik perhatian penonton dari berbagai kalangan untuk membeli atau mengikuti apa yang disampaikan dalam alur cerita dari animasi tersebut.

Di kota pelajar Yogyakarta, jumlah kalangan pelajar SMP hingga SMA/ sederajat cukup banyak. Namun masih ada pelajar yang belum tahu dan belum menemukan minat dan bakat untuk dijadikan cita-cita. Salah satu Lembaga yang bergerak di bidang pendidikan karakter di Yogyakarta adalah Sketsa. Dengan latar belakang tersebut, Lembaga Sketsa berinisiatif membuat program kegiatan berupa pelatihan yang bertujuan untuk menggali potensi pelajar, khususnya di kota Yogyakarta. Kegiatan tersebut di beri nama *Coollabs (Cool and Collaborate)*.

Akan tetapi, lembaga Sketsa belum mempunyai media untuk mempromosikan program kegiatan *Coollabs*. Dari pengalaman yang sudah dialami lembaga Sketsa, berbagai macam kegiatan yang sudah dibuat sebelumnya menggunakan media visual berupa poster yang disebarluaskan melalui media sosial untuk mempublikasikan kegiatan. Namun, publikasi tersebut masih dirasa kurang optimal dalam mengumpulkan peserta kegiatan.

Berdasarkan peluang tersebut, penulis berkeinginan untuk membuat **Perancangan Animasi 2D Sebagai Media Promosi Program Coollabs untuk Lembaga Sketsa**. Dengan adanya media promosi berbentuk animasi, diharapkan akan lebih efektif dalam menarik perhatian pelajar kota Yogyakarta untuk mengikuti program kegiatan Coollabs dari lembaga Sketsa ini, dengan mengkait peserta mencapai jumlah yang ditargetkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil sebuah rumusan masalah sebagai berikut : *"Bagaimana merancang animasi 2D sebagai media promosi program Coollabs pada Lembaga Sketsa agar dapat menarik minat pelajar SMP dan SMA/ sederajat di kota Yogyakarta ?"*.

1.3 Batasan Masalah

Agar media promosi tepat sasaran dan sesuai yang direncanakan, maka diberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Animasi 2D sebagai media promosi ini hanya digunakan untuk mempromosikan program Coollabs.
2. Animasi 2D sebagai media promosi ini ditujukan untuk pelajar SMP-SMA/ sederajat di kota Yogyakarta.
3. Aplikasi untuk membuat media promosi adalah Adobe After Effects CS6, Adobe Photoshop CS6 dan Adobe Audition CS6.

4. Ukuran video adalah 1280x720px, dengan format H.264.
5. Pembuatan animasi menggunakan teknik *frame by frame* (12fps) serta penggunaan *tools* pada Adobe Photoshop CS6 dan Adobe After Effects CS6.
6. Durasi video animasi 2D ini adalah 1 menit 15 detik.
7. Pengaplikasian media promosi pada situs Youtube maupun ditampilkan saat lembaga Sketsa mengadakan kunjungan ke sekolah.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Pemanfaatan animasi 2D untuk meningkatkan daya tarik pada media promosi program Coollabs.
2. Merancang media promosi program Coollabs untuk lembaga Sketsa agar dapat menyadarkan pelajar akan pentingnya menggali potensi dan menentukan cita-cita sejak dini.
3. Mengetahui tingkat ketertarikan pelajar SMP maupun SMA/ sederajat untuk mengikuti program Coollabs setelah melihat media promosi program Coollabs berupa animasi 2D.
4. Sebagai syarat kelulusan jenjang pendidikan strata 1 jurusan teknik informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

1. Melatih kemampuan dalam menyusun penelitian
2. Melatih dan menambah karya dalam bidang multimedia untuk digunakan sebagai portofolio.
3. Mendapat jejaring sosial dari lembaga Sketsa.

1.5.2 Bagi Objek Penelitian

1. Mendapatkan media promosi berbentuk audio visual berupa animasi 2D
2. Media promosi dapat memperkenalkan program kegiatan Coollabs di kalangan pelajar kota Yogyakarta.
3. Selain program kegiatan Coollabs, nama Lembaga Sketsa juga ikut dipromosikan.

1.5.3 Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan referensi dalam pembuatan sebuah karya animasi 2D maupun pembuatan media promosi.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian sesuai dengan tujuan, maka dalam pembuatan media promosi ini diperlukan data yang benar dan akurat. Maka, dilakukan beberapa metode dalam pengumpulan data, sebagai berikut:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data maupun informasi dari buku, internet, maupun literature lain yang berkaitan dengan teori dasar animasi dan juga media promosi.

2. Observasi

Proses pengamatan terhadap media promosi yang pernah dibuat oleh lembaga Sketsa, guna mengetahui kekurangan media promosi tersebut.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari lembaga Sketsa tentang konsep yang akan digunakan pada media promosi agar sesuai dengan visi misi program kegiatan Coollabs.

1.6.2 Metode Analisis

Metode analisis menggunakan SWOT, dengan menganalisis kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

1.6.3 Metode Perancangan

Tahapan ini menggambarkan proses perancangan animasi 2D sebagai media promosi. Perancangan pada tahapan pra produksi disusun sesuai dengan visi misi program kegiatan Coollabs, yang di dalamnya terdapat langkah-langkah persiapan sebelum produksi, seperti: penentuan ide/konsep, *screenplay*, desain karakter, *storyboard*, *dubbing* awal dan musik latar).

1.6.4 Metode Pengembangan

Proses pengembangan dalam pembuatan media promosi ini menggunakan langkah-langkah produksi, yang di dalamnya terdapat proses *background layout and posing*, *background painting*, *animation*, *clean up*, dan *ink and paint*. Setelah proses produksi selesai, selanjutnya adalah proses pasca produksi, yang di dalamnya dilakukan proses *compositing*. Kemudian jika hasil sudah sesuai maka dilakukan proses akhir berupa *export* untuk melakukan proses *rendering* hasil akhir dalam format video yang dibutuhkan.

1.6.5 Metode Testing

Pengujian kualitas hasil akhir animasi 2D dilakukan dengan memperlihatkan hasil karya kepada lembaga Sketsa, kepada pelajar SMP maupun SMA/ sederajat sebagai target promosi, dan menyerahkan kepada pihak yang profesional di bidang animasi untuk dilakukan penilaian kualitas dan kelayakan produk.

1.7 Sistematika Penulisan

Seperti pada umumnya, sistematika penulisan pada skripsi ini disusun penulis sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bagian ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, metode pengembangan dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bagian ini adalah bagian penjelasan tentang teori dasar multimedia, media promosi, dasar-dasar pembuatan animasi, tahapan produksi, dasar-dasar editing dan software yang digunakan.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang tinjauan umum dari objek penelitian, analisis dan perancangan animasi 2D sebagai media promosi secara umum.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan tahapan yang penulis lakukan dalam mengembangkan animasi 2D, yang menjelaskan tahap produksi dan paska produksi, *testing*, hingga implementasi.

BAB V. PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

