

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era industri 4.0 para pelaku usaha dituntut untuk bisa bersaing ketat agar produknya bisa dikenal dan diminati masyarakat. Persaingan dalam bisnis toko kacamata tidak kalah ketat dengan bisnis lainnya, mereka saling bersaing untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Terbukti dari toko laris'so kacamata yang lokasi tokonya berjejer-jejer dengan toko kacamata yang lain seperti pada gambar di lampiran. Hal ini membuat pemilik toko laris'so kacamata harus memutar otak untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Demi mewujudkan hal tersebut dibutuhkan sebuah strategi *marketing* yang baik salah satunya adalah dengan media promosi yang menarik dan informatif. Salah satu bentuk media promosi tersebut adalah animasi 2D. Sebelumnya toko laris'so kacamata belum memiliki media promosi online melainkan hanya melakukan promosi secara lisan di depan toko mereka seperti memanggil pelanggan untuk mampir ke toko mereka seperti yang ada pada lampiran.

Animasi merupakan salah satu bentuk seni, pendekatan, estetik dan aplikasi dalam menginformasikan banyak aspek budaya visual, salah satunya terdapat animasi 2 dimensi. Meskipun diketahui sebagai bentuk animasi tradisional, animasi 2D dapat beradaptasi dengan teknologi digital modern mengikuti adanya *software* pendukung animasi 2D yang terus diproduksi saat ini.[1] Animasi 2D memiliki keunggulan sebagai elemen multimedia yang dapat meningkatkan daya tarik dan memungkinkan untuk membawa penyampaian artistik secara bebas menyesuaikan konsep imajinasi yang telah dirancang yang tidak bisa diwujudkan dalam media *live shot*.[2] Salah satu teknik dalam pembuatan animasi 2D adalah teknik *frame by frame*. Teknik *frame by frame* mampu memvisualisasikan animasi dengan ekspresif dan pergerakan yang tidak hanya sebatas pada pergerakan linear sumbu  $x$ ,  $y$  namun bisa berotasi dengan sumbu  $z$ . Seperti adegan berkelahi, berputar, melompat ataupun adegan action lainnya [3].

Toko Laris'so Kacamata adalah sebuah bisnis usaha milik Bagas Satya yang berlokasi di Jalan Kolombo Yogyakarta. Toko ini tidak hanya menjual berbagai jenis kacamata, tetapi juga melayani pembuatan kacamata yang bisa di customisasi sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk meningkatkan penjualan, Toko larisso kacamata membutuhkan media promosi.

Pada pembuatan media promosi tersebut penulis mengambil bentuk Animasi 2D dengan teknik *frame by frame* dikarenakan didalamnya terdapat adegan nyata yang lebih-lebihkan dan demi keluasaan pergerakan karakter tidak hanya sebatas pergerakan linear sehingga bisa mencapai pengalaman sinematik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu : "Bagaimana membuat Animasi 2D sebagai media promosi toko laris'so kacamata menggunakan teknik *frame by frame*".

## **1.3 Batasan Masalah**

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis animasi yang digunakan adalah animasi 2D.
2. Video animasi yang berdurasi ±2 menit.
3. Format video berupa file mp4 dengan resolusi 1920x1080 berframerate 24 FPS.
4. Proses pembuatan Animasi yang terdiri dari tahap Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Prokduksi.
5. Target penayangan animasi melalui media YouTube.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang dapat dicapai dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat media promosi berbentuk video animasi 2D untuk Toko Laris'so Kacamata.
2. Membuat animasi 2D yang dapat ditonton di *platform online* seperti Youtube.
3. Sebagai syarat kelulusan Program Studi Strata 1 (S1) Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Bagi penulis**

1. Dapat mengimplementasikan hasil dari masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta pada jurusan Strata 1 Sistem Informasi, dan dapat memahami apa yang telah didapat pada masa kuliah teori maupun praktikum.
2. Dapat memahami proses pembuatan sebuah animasi yang merupakan hasil dari mata kuliah konsentrasi selama masa kuliah.
3. Dapat menyampaikan maksud atau informasi berupa animasi 2D kepada audience.

### **1.5.2 Bagi Toko Laris'so Kacamata**

1. Dapat membantu dalam mempromosikan kepada calon konsumen ataupun kepada masyarakat luas.

### **1.5.3 Bagi Akademik**

1. Penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar mahasiswa memahami bagaimana mengimplementasikan hasil penelitian dalam dunia kerja.
2. Sebagai bahan referensi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiah di bidang multimedia terutama animasi 2D dengan teknik *frame by frame*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Pada penyusunan penelitian agar bisa lebih terarah terhadap permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya dibuat dalam beberapa uraian bab sebagai berikut :

**BAB I: PENDAHULUAN**

Berisi tentang pengantar terhadap permasalahan yang akan dibahas, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi studi literatur yang relevan pada penelitian ini dan menguraikan dasar-dasar teori yang digunakan dalam pembuatan animasi pada penelitian kali ini. Didalamnya terdapat pengertian pengertian media promosi, animasi, jenis animasi, teknik pembuatan animasi dan prinsip animasi.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Berisi profil singkat dari objek penelitian dalam hal ini toko laris'so kacamata disertai alur penelitian, serta alat dan bahan dalam penelitian.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan tentang segala proses pembuatan dan penerapan teknik-teknik yang digunakan untuk membuat animasi dengan menggunakan beberapa software yang telah ditentukan.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses pembuatan animasi serta berisikan saran perbaikan untuk kedepannya.