

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi Bakudapa merupakan coffee shop yang di bangun atas inisiatif sekelompok orang peminat kopi yaitu Ainul Yaqin Ibnu Abdul Wahid sebagai *owner* dan bertanggung jawab serta dengan dukungan dari teman-teman yaitu Uccang, Rio, Majid, restu dan julio. Kopi Bakudapa didirikan pada tahun 2021 dan sudah sampai saat ini, terletak di daerah Kotaraja, dan juga memiliki cabang di daerah kota Jayapura. Kopi Bakudapa buka dari pukul 14:00 sampai 21:00 di setiap harinya. Semenjak pandemik covid jumlah pengunjung makin berkurang. Berkurangnya pengunjung memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap penurunan pendapatan Bakudapa yang mengakibatkan kerugian sehingga Kopi Bakudapa melakukan perubahan konsep penjualan dari *dine in* menjadi *take away* sebagai salah satu cara untuk tetap mempertahankan pendapatan. Sebelum melakukan penjualan produk Kopi Bakudapa melakukan pengiklanan pada media sosial yaitu Instragram. Iklan yang dilakukan di Instagram masih dilakukan dengan *posting* poster digital mengenai informasi promo dan foto-foto situasi di Kedai.

Menurut Rhenald Kasali, iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk dan jasa yang disampaikan lewat media dan dibiayai oleh perusahaan yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sedangkan pengaruh pesan ini berarti hal-hal yang diterjemahkan dalam bentuk gambar, rangkaian kata-kata, musik, maupun warna dengan tujuan membangkitkan kebutuhan konsumen dan menanamkan citra pada konsumen. Iklan dibuat oleh produsen kepada khalayak dengan menggunakan media seperti media cetak, elektronik maupun new media [1].

Iklan merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting untuk

dilakukan. Iklan penting karena memainkan beberapa peran kunci dalam konteks bisnis dan pemasaran. Iklan dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen tentang merek dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan eksposur yang tepat, iklan dapat membuat konsumen menjadi lebih akrab dengan merek tersebut. Iklan yang efektif dapat mendorong peningkatan penjualan. Melalui pesan-pesan yang persuasif dan menarik, iklan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama saat konsumen mempertimbangkan produk atau layanan yang ditawarkan. Iklan memberikan platform untuk menyampaikan informasi penting tentang produk atau layanan, seperti fitur, manfaat, harga, promosi, dan informasi lainnya yang relevan bagi konsumen. Ini membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik saat membeli. Iklan merupakan salah satu elemen penting dari strategi pemasaran yang lebih luas. Iklan dapat digunakan untuk mendukung tujuan pemasaran seperti memperluas pangsa pasar, memperkenalkan produk baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan sebagainya. Melalui iklan, perusahaan dapat memahami pasar dan persaingan dengan lebih baik. Informasi dari tanggapan konsumen terhadap iklan dapat memberikan wawasan tentang preferensi pasar, tren konsumen, dan strategi yang digunakan oleh pesaing. Dalam era digital, iklan *online* memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka secara global. Melalui platform seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web populer, iklan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Iklan memungkinkan perusahaan untuk mengukur kinerja kampanye pemasaran perusahaan [2]. Dengan demikian, iklan menjadi penting karena memberikan manfaat dalam hal meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, komunikasi informasi, dukungan strategi pemasaran, pemahaman pasar, memperluas jangkauan, dan pengukuran kinerja pemasaran.

Pengaruh Penggunaan Animasi Terhadap Iklan Produk Richeese Nabati Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen terhadap faktor variable *motion graphic*, *sound effect*, dan *storyboard* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variable *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* dimensinya cukup efektif dalam menarik ketertarikan penonton untuk membeli produk Richeese Nabati [1]

Media merupakan salah satu sarana yang dekat dengan masyarakat, baik media cetak maupun elektronik. Salah satu media elektronik adalah animasi. Animasi merupakan gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek dan disusun sehingga bergerak mengikuti alur sesuai dengan waktu yang ditentukan. Perkembangan animasi awalnya dikerjakan secara gambar tangan manual kini telah beralih menggunakan komputer atau lebih dikenal dengan digital *animation* [3].

Motion graphic adalah media yang menggunakan rekaman video dan / atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah output multimedia. Motion graphic biasanya ditampilkan melalui teknologi media elektronik, tetapi dapat ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi misalnya *thaumatrope*, *phenakistoscope*, *stroboscope*, *zoetrope*, *praxinoscope*, dan *flip book*. Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu atau *transforming graphics* [4]. Motion graphic menawarkan keunggulan dalam pembuatan animasi dengan menyatukan elemen visual dinamis, seperti teks bergerak, grafik vektor, dan efek transisi yang fluida, untuk menciptakan pengalaman visual yang menarik dan dinamis bagi pemirsa. Dengan kecepatan pengeditan yang tinggi dan kemampuan untuk mengintegrasikan elemen desain yang kompleks, motion graphic memungkinkan pembuat animasi untuk mengekspresikan ide-ide kompleks dengan cara yang jelas, menarik, dan mudah dipahami (Rizal *et.al.*, 2021). Dari latar belakang diatas penulis akan membuat sebuah video animasi sebagai media iklan menggunakan teknik *Motion Graphic* yang diharapkan dapat menyampaikan informasi dalam bentuk video audio – visual mengenai kopi bakudapa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas terdapat rumusan masalah yaitu :
Bagaimana perancangan dan pembuatan animasi *motion graphic* dapat digunakan sebagai media iklan *coffee shop* Bakudapa ?

1.3. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan terhadap permasalahan dari penelitian, maka dilakukan pembatasan dari permasalahan yang diteliti, yaitu :

1. Pembuatan animasi sebagai media iklan ini menggunakan *Motion Graphic*.
2. Iklan ditujukan pada *intsagram*
3. Iklan berdurasi 30 detik, agar dapat *publish* tidak hanya di tiktok dan *Instagram*, namun bisa digunakan dalam *story whatsapp* dan *story Instagram* juga yang berdurasi 30 detik.
4. Pembuatan animasi ini menggunakan aplikasi *After Effect*, *Adobe Illustrator* dan *Adobe Media Encoder*.
5. Animasi ini dikemas menggunakan format file *.mp4* dengan kualitas full HD 1080p resolusi 1920x1080 30FPS
6. Yang diuji dari penelitian ini adalah aspek tampilan animasi dan aspek motion grafis

1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian yang dilakukan adalah membuat perancangan dan pembuatan animasi *motion graphic* yang akan digunakan sebagai media iklan *coffee shop* Bakudapa.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Pembaca

Menjadi bahan referensi untuk pembuatan animasi motion grafik.

2. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan dan pengalaman dalam pembuatan animasi sebagai media iklan dengan menggunakan teknik *Motion Graphic*.
- b. Dapat menjadi portofolio penulis.

3. Bagi *Coffee Shop*

- a. mempunyai video iklan animasi
- b. sebagai daya tarik pengunjung instagram
- c. Sebagai media promosi *branding* Kopi Bakudapa

1.6. Metode Penelitian

Berikut ini beberapa metode yang dilakukan oleh penulis guna untuk membantu dalam proses pembuatan skripsi ini :

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis memerlukan data yang lengkap dan benar. Penulis mengharapkan dengan adanya data yang lengkap dapat membantu dalam penyusunan skripsi ini dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pembuatan

skripsi agar tercapai hasil yang diinginkan. Beberapa metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data, antara lain :

1. Metode Literatur

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur-literatur yang ada, seperti internet yaitu dengan mencari data yang dibutuhkan penulis dan memiliki kaitan dengan pembuatan film animasi.

2. Metode Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan menggunakan studi pustaka ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan mengacu pada buku atau media yang ada, yang berisi informasi tentang film animasi dan hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas penulis dalam skripsi ini.

3. Metode Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara penulis terhadap narasumber atau sumber data. Tanya jawab ini dilakukan dengan mewawancarai seorang *owner* Kopi Bakudapa yaitu dengan mewawancarai Ainul Yaqin Ibnu Abdul Wahid.

4. Metode Kuisioner

Mendapatkan sekumpulan data pada objek yang representative sehingga mengetahui respon terhadap film animasi pendek yang dibuat.

1.6.2. Metode Analisis

Menguraikan kebutuhan dalam pembuatan animasi *motion graphic* ke Bakudapa menggunakan Analisis SWOT.

1.6.3. Metode Perancangan

Merupakan tahapan perencanaan dalam pembuatan animasi *motion graphic*, hal ini meliputi perencanaan konsep, design karakter dan hal-hal lain yang patut untuk direncanakan.

1.6.4. Implementasi Perancangan

Yaitu tahap produksi dan pengeditan (pasca produksi) dalam pembuatan animasi *motion graphic*.

1.7. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang disusun oleh penulis dalam skripsi ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi tentang tinjauan pustaka, pengertian animasi, jenis-jenis animasi, design karakter, prinsip dasar animasi, teknik pembuatan animasi, tahap perancangan animasi, dan perangkat lunak yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini akan menguraikan, analisis kebutuhan dan menjelaskan mengenai perancangan pembuatan film animasi menggunakan *Motion Graphic*.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI

Bab ini berisikan tentang proses tahapan selama pembuatan film animasi berlangsung hingga *finishing*, *Rendering*, dan *packaging*, serta berisi tentang evaluasi film animasi dari tanggapan penonton.

BAB V : PENUTUP

Didalam bab ini, berisikan tentang hasil analisa, kesimpulan, dan saran- saran

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar dari buku-buku yang digunakan penulis sebagai bahan referensi selama pengerjaan skripsi ini.