

PEMBUATAN IKLAN ANIMASI UNTUK DOMPET SOSIAL MADANI

Rifqi Muhammad Nabil¹, Sri Supriyatini², Desak Putu Yogi Antari Tirta Yasa³

^{1,3} Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

² Program Studi Seni Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

e-mail: rifqinabil12@gmail.com, srisupriyatini58@gmail.com, antaritirta@isi-dps.ac.id,

INFORMASI ARTIKEL

Received : January, 2023

Accepted : February, 2023

Publish online : March,
2023

ABSTRACT

So many become unemployed due to not meeting the criteria desired by the company. Educational degree, amount of experience, and high ability, as well as the number of skills are the basic considerations for a company to accept prospective workers. Therefore, the government has formed a policy that can equip students before facing the realities of the world of work, namely the Independent Campus Program. This program is designed and created to provide students with the opportunity to experience the world of work first-hand in order to hone their soft skills and hard skills according to their respective interests and expertise. On this occasion, the author again partnered with Dompot Sosial Madani (DSM) to solve the cases encountered. Making animated advertisements is the method that the author chooses to solve the cases encountered. This thesis will thoroughly discuss the author's process in creating and designing animated advertisements from scratch. Making this animated commercial is the author's debut in making animation. The author's reason for choosing animated advertisements is to attract attention and build connections in the minds of the audience regarding the DSM program and who DSM is. The purpose of making this animated advertisement is to assist DSM in promoting its programs with more interesting content than most other social institutions and to hone the abilities and creativity of writers. By making this animated advertisement, the author hopes to increase the existence of DSM in society so that it can help more people in need with DSM programs in the future. The author can say that there are many opportunities to promote goods or services, but not everyone has the knowledge and skills to design or develop visual media, especially animation. The creation of DSM animated commercials is the author's good intention to assist DSM in carrying out its humanitarian programs. As the saying goes, good knowledge is knowledge that benefits many people. Through the MBKM Independent Study/Project Program, the author hopes to gain knowledge that will be useful for many people and later in society.

Keywords: Animation, Advertising, DSM

ABSTRAK

Begitu banyak yang menjadi pengangguran akibat tidak terpenuhinya kriteria yang diinginkan perusahaan. Gelar pendidikan, jumlah pengalaman, dan tingginya kemampuan, serta banyaknya keterampilan menjadi pertimbangan dasar bagi suatu perusahaan untuk menerima calon pekerja. Oleh karena itu pemerintah membentuk suatu kebijakan yang dapat membekali mahasiswa/mahasiswi sebelum menghadapi realita dunia kerja, yakni Program Kampus Merdeka. Program ini dirancang dan dibuat untuk memberikan kesempatan merasakan langsung dunia kerja kepada mahasiswa/mahasiswi guna mengasah kemampuan *softskill* dan *hardskill* yang sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing. Pada kesempatan ini penulis kembali bermitra dengan Dompet Sosial Madani (DSM) untuk menyelesaikan kasus yang ditemui. Pembuatan iklan animasi adalah metode yang penulis pilih untuk menyelesaikan kasus yang ditemui. Skripsi ini akan membahas secara menyeluruh tentang proses penulis dalam pembuatan dan perancangan membuat iklan animasi dari nol. Pembuatan iklan animasi ini adalah debut penulis dalam membuat animasi. Adapun alasan penulis memilih iklan animasi adalah untuk menarik perhatian dan membangun koneksi dalam pikiran penonton terkait program DSM dan siapa DSM. Tujuan dari pembuatan iklan animasi ini adalah untuk membantu DSM dalam mempromosikan program-programnya dengan sajian konten yang lebih menarik dari kebanyakan Lembaga sosial masyarakat lainnya serta untuk mengasah kemampuan dan kreatifitas penulis. Dengan dibuatnya iklan animasi ini penulis berharap dapat meningkatkan eksistensi DSM di masyarakat sehingga dapat membantu lebih banyak lagi masyarakat yang membutuhkan dengan program-program DSM kedepannya nanti. Penulis dapat katakan bahwa terdapat banyak sekali peluang untuk mempromosikan barang atau jasa tetapi, tidak semua orang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam merancang atau mengembangkan media-media visual terutama animasi. Terciptanya iklan animasi DSM adalah niat baik penulis untuk membantu DSM dalam melaksanakan program kemanusiaannya. Seperti dalam pepatah, ilmu yang baik adalah ilmu yang bermanfaat bagi orang banyak. Melalui Program MBKM Studi/Projek Independen penulis berharap mendapatkan ilmu yang nantinya dapat bermanfaat bagi orang banyak dan berguna dalam bermasyarakat nantinya.

Kata Kunci: Animasi, Iklan, DSM

PENDAHULUAN

Semakin sulitnya mendapatkan perkerjaan saat ini erat kaitannya dengan tingginya permintaan tenaga kerja profesional yang berkompeten dalam dunia kerja. Begitu banyak yang menjadi pengangguran akibat tidak terpenuhinya kriteria yang diinginkan perusahaan. Gelar pendidikan, jumlah pengalaman, dan tingginya kemampuan, serta banyaknya keterampilan menjadi pertimbangan dasar bagi suatu perusahaan untuk menerima calon pekerja. Tuntutan untuk memenuhi kriteria dasar ini menyebabkan banyak sarjana yang tidak langsung mendapatkan pekerjaan pasca lulus. Oleh karena itu pemerintah membentuk suatu kebijakan yang dapat membekali mahasiswa/mahasiswi sebelum menghadapi realita dunia kerja, yakni Program Kampus Merdeka.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan salah satu kebijakan Merdeka Belajar yang dirancang oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang memberikan kesempatan merasakan langsung dunia kerja kepada mahasiswa/mahasiswi guna mengasah kemampuan softskill dan hardskill yang sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing. Adanya program MBKM ini untuk menyiapkan mahasiswa/mahasiswi agar mantap dan dapat menyesuaikan diri dengan cepat pada lingkungan kerja ketika nantinya terjun secara nyata ke dalam dunia kerja profesional. Selain meningkatkan softskill, hardskill, dan menyiapkan mental serta fisik mahasiswa/mahasiswi, ada banyak manfaat yang dapat dipetik dari program ini yaitu kesempatan belajar bidang ilmu baru di luar dari pembelajaran yang didapat di program studi (prodi), memperluas wawasan, penerapan dan eksplorasi pengetahuan, mendapatkan pengalaman dan kemampuan di lapangan, serta menambah relasi mahasiswa/mahasiswi. Program MBKM ini menyediakan beberapa program dalam bentuk paketa Mata Kuliah yang salah satunya adalah studi/proyek independen.

Studi/proyek independen merupakan sebuah bentuk pembelajaran dengan cara menerapkan segenap pengetahuan, pengalaman, dan kreatifitas dari mahasiswa untuk membuat sebuah proyek

atau karya. Pada kesempatan kali ini penulis memutuskan untuk bermitra kembali dengan Dompot Sosial Madani (DSM), karena setelah pada semester lalu penulis bermitra dengan DSM penulis menemukan sebuah kasus yang kiranya penulis dapat selesaikan di semester ini melalui studi/proyek independen ini.

Berdasarkan program MBKM yang penulis pilih yaitu Studi/Proyek Independen, dan dengan program studi penulis yaitu Produksi Film dan Televisi. Penulis akan membuat sebuah iklan dalam bentuk animasi dengan harapan untuk menyelesaikan kasus yang penulis temukan di DSM yaitu terkait promosi yang menarik. Penulis memilih iklan animasi dengan harapan dapat di terima oleh segala kalangan dan pesan yang disampaikan akan lebih banyak tersampaikan, serta agar lebih mudah di ingat oleh khalayak.

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Animasi

Kata animasi berasal dari bahasa latin, anima yang artinya "hidup" atau animare yang berarti "meniupkan hidup ke dalam". Kemudian istilah tersebut dialih bahasakan menjadi animate dalam bahasa Inggris. Animate sendiri memiliki arti memberi hidup (to give life to) atau bisa juga diartikan ilusi dari gerakan, kemudian istilah animation tersebut dialih bahasakan menjadi animasi dalam bahasa Indonesia (Ranang, Baseneda. Asmoro, 2010 : 9). Pengertian animasi menurut web www.scribd.com adalah menghidupkan gambar, sehingga kita perlu mengetahui dengan pasti bagaimana detail karakter mulai tampak depan, belakang, tiga perempat, dan samping. Detail muka dan ekspresi dari karakter saat marah, bersedih, gembira, dan lain-lain. Sehingga animasi terlihat hidup. Sehingga animasi sendiri merupakan serangkaian gambar yang dibuat hidup (bergerak) dengan detail karakter mulai tampak depan, belakang, dan samping serta menambahkan detail ekspresi muka karakter saat sedih, marah, bahagia dan lain-lain.

B. Animasi 2D

Animasi berkembang semenjak munculnya dunia pertelevisian. Menurut situs genius-gamers.blogspot.com menyatakan bahwa awalnya

animasi diciptakan berbasis dua dimensi atau biasa kita sebut 2D Animation. Perkembangan dari animasi 2D sendiri pun cukup pesat, berupa dibuatnya film-film kartun. Pembuatan animasi kartun tersebut awalnya dikerjakan dengan membuat sketsa-sketsa gambar yang digerakkan satu demi satu, kemudian digerakkan. Animasi 2D (2 Dimensi) merupakan animasi yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa juga disebut dengan film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata Cartoon, yang artinya gambar yang lucu. Contoh film kartun adalah Looney Tunes, Spongebob Squarepants, dan sebagainya.

C. Prinsip Animasi

Diantara penelitian relevan yang dapat dijadikan bahan rujukan adalah pernyataan dari Ardiansyah dalam blog www.dkv.binus.ac.id ada 12 macam prinsip animasi yang harus di perhatikan dalam membuat animasi. 12 prinsip animasi antara lain.

1. Solid Drawing

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang penting dalam menentukan proses maupun hasil suatu animasi. Seseorang harus memiliki gambaran mengenai anatomi, komposisi, berat keseimbangan, pencahayaan dan sebagainya. Gambaran tersebut dapat dilatih melalui observasi dan pengamatan. Sehingga yang dimaksud solid drawing adalah tingkat kematangan suatu gambar yang dihasilkan oleh animator itu sendiri.

2. Timing

Timing adalah penempatan waktu, dalam menentukan cepat atau lambat nya suatu gerakan dalam animasi. Contoh timing adalah menentukan pada detik keberapa sebuah bola meluncur kemudian menghantam kaca jendela.

3. Squash and Stretch

Squash and Stretch adalah upaya penambahan elastisitas atau kelenturan objek, sehingga seolah-olah memuai atau menyusut. Squash and Stretch adalah ketika sebuah bola dilemparkan dan menyentuh tanah, bola yang semula bulat akan tampak sedikit lonjong horizontal. Hal ini memberikan efek pergerakan yang lebih dinamis dan hidup.

4. Anticipation

Anticipation bisa dianggap sebagai persiapan atau awalan gerak, istilahnya ancang-ancang. Contoh, seseorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri. Pada gerakan memukul, sebelum tangan 'maju' untuk memukul ada gerakan 'mundur' dan sebagainya.

5. Slow In and Slow Out

Slow In dan Slow Out menjelaskan bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. Slow ini terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. Slow out terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat. Contoh Slow In dan Slow out, ketika akan mengambil gelas tangan akan memiliki kecepatan yang berbeda ketika sedang mengambil ataupun setelahnya. Saat tangan mengambil gelas maka biasanya tangan akan bergerak cepat (Slow In), sedangkan ketika tangan akan meraih gelas maka secara refleks kecepatan tangan akan menurun (terjadi perlambatan atau Slow Out)

6. Arcs

Dalam animasi, sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola atau lajur (tidak terlihat) yang disebut Arcs. Hal ini memungkinkan mereka bergerak lebih halus dan realistis, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola. Gerakan seperti ini tidak dimiliki oleh sistem pergerakan mekanik atau robotik yang cenderung bergerak patah-patah.

7. Secondary Action

Secondary Action adalah gerakan-gerakan tambahan yang dimaksud untuk memperkuat gerakan utama sehingga sebuah animasi lebih realistis. Kemunculannya lebih berfungsi memperkuat gerakan utama. Contoh menambahkan kesan lemas saat berjalan, atau pun bersiul-siul (Secondary Action untuk gerakan berjalan).

8. Follow Through

Follow Through adalah tentang bagian tubuh tertentu tetap bergerak meskipun seseorang telah berhenti bergerak. Contoh rambut yang tetap bergerak ketika seseorang menoleh.

9. Straight Ahead Action and Pose to Pose

Dari sisi pengerjaan, ada dua cara yang bisa dilakukan untuk membuat animasi. Pertama adalah Straight Ahead Action, yaitu membuat animasi dengan cara menggambar satu persatu dari awal hingga akhir seorang diri. Teknik ini memiliki kelebihan kualitas gambar lebih konsisten karena dikerjakan seorang diri, namun membutuhkan waktu yang lama untuk pengerjaannya. Kedua Pose to Pose, yaitu pembuatan animasi dengan cara menggambar pada keyframe-keyframe tertentu saja, selanjutnya in-between atau interval antar keyframe dilanjutkan oleh asisten atau animator lain. Cara ini sering dipakai dalam industri karena tidak memakan banyak waktu.

10. Staging

Seperti halnya yang dikenal dalam film, staging dalam animasi juga meliputi bagaimana 'lingkungan' dibuat untuk mendukung suasana atau mood yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan scene.

11. Appeal

Appeal berkaitan dengan keseluruhan look atau gaya visual dalam animasi. Sebagai contoh, kita tentu bisa mengetahui gaya animasi buatan Jepang dengan animasi buatan Amerika. Hal ini karena mereka memiliki appeal atau ciri khas tertentu.

12. Exaggeration

Exaggeration adalah usaha untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar. Dibuat untuk menampilkan ekspresi yang berlebihan dan biasanya dibuat untuk keperluan komedi. Contoh, bola mata Tom (film Tom and Jerry) yang 'melompat' keluar karena terlalu kaget. Air mata Nobita (film Doraemon) yang mengalir seperti air terjun ketika menangis, dan sebagainya.

Melalui penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menentukan menarik atau tidaknya

sebuah animasi adalah bagaimana kita dapat menempatkan 12 prinsip dasar animasi dengan benar dalam karya animasi. Seperti yang terlihat 12 prinsip dasar animasi memegang peranan penting dalam setiap gerakan maupun pengerjaan sebuah karya animasi, sehingga animasi menjadi lebih menarik dan terlihat realistis (pergerakannya).

Dalam pembuatan animasi pada proyek yang penulis buat, penulis menerapkan 12 prinsip animasi guna meperkuat dan mempermudah penulis dalam membuat animasi. Dalam penggunaannya tidak semua prinsip animasi digunakan dalam proyek ini, penulis hanya menggunakan prinsip yang penulis butuhkan saja.

D. Semiotika

Secara etimologi, istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani yakni kata "semeion", yang memiliki arti tanda. Semiotika mencakup teori mengenai bagaimana tanda mewakili objek, ide, situasi, keadaan, perasaan, dan sebagainya (Morissan, 2013). Adapun secara ilmu, Berger menyatakan bahwa dalam keilmuan semiotika terdapat dua tokoh pencetus yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure berasal dari Eropa sedangkan Peirce berasal Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan dari Saussure adalah linguistik, sedangkan latar belakang keilmuan Peirce adalah filsafat. Saussure sendiri menyebut ilmu yang dikembangkannya adalah semiologi, sedangkan ilmu yang dikembangkan Peirce adalah semiotika (semiotics). Semiologi menurut Saussure seperti dikutip Hidayat, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada di belakangnya sistem perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda di sana ada sistem (Hidayat, 1998:26). Terdapat tiga jenis tanda yang dikemukakan oleh Peirce, yakni icon, indeks, dan symbol. Adapun jabaran lebih lanjut mengenai tiga jenis tanda tersebut sebagai berikut:

1. Ikon: tanda yang antara dengan acuannya ada hubungan kemiripan dan biasa disebut metafora.
2. Indeks: tanda yang memiliki sebab-akibat.
3. Simbol: tanda yang diakui keberadaannya berdasarkan hukum konvensi.

Dalam pembuatan animasi yang penulis buat, penulis juga menerapkan Semiotika di dalamnya. Demi memperkuat arti, makna dan rasa yang ingin penulis sampaikan secara langsung maupun tidak langsung maka penulis memasukkan sebuah tanda ataupun simbol di dalam animasi penulis.

E. Semiotika Non-Verbal

Persepsi atas tubuh sebagai suatu yang lebih dari sekedar zat fisik menghasilkan budaya, tanda, dan kode tubuh yang mengatur perilaku nonverbal. Dalam situasi sosial tertentu, ekspresi wajah, isyarat tangan, postur tubuh, dan kedipan mata, serta tindakan badan lainnya menjadi alat komunikasi yang relevan dengan budaya atau kebiasaan dari individu yang bersangkutan. Dengan mengamati pola perilaku tiap individu yang bersikap wajar pada lingkungan sosialnya. Dalam konteks kebudayaan, akibat diperoleh secara ostomic (tanpa dipikirkan), perilaku nonverbal menjadi tampak "alamiah".

Dalam iklan animasi yang penulis buat penulis juga menerapkan semiotika non-verbal untuk menguatkan arti, makna dan rasa dari karakter yang penulis buat.

1. Ekspresi Wajah

Manusia dapat menunjukkan ekspresi baik sadar maupun secara tak sadar. Ekspresi sendiri secara efek merupakan sinyal khusus yang ditunjukkan manusia. Identifikasi ekspresi wajah dapat ditarik dari komponen mulut, alit, mata, dan hidung yang saling berorientasi satu sama lain. Akibat identifikasi melalui komponen tersebut, maka seseorang dapat menafsirkan dari individu yang berekspresi seperti marah, sedih, terkejut, senang, dan bingung yang mana merupakan penanda universal yang bersifat tak sadar.

2. Kontak Mata

Kontak mata menjadi salah satu tanda tak sadar yang dilakukan manusia. Tidak terbatas pada manusia, dalam dunia hewan kontak mata biasa dijadikan sebagai isyarat komunikasi bagi sesama hewan. Bagi sebagian hewan, komunikasi terjalin dari kontak mata dengan menatap secara langsung atau memutus kontak mata untuk menantang atau menunjukkan kekuasaan ataupun penyerahan. Dalam dunia manusia sendiri, berdasarkan kebudayaan terdapat banyak pola yang melampaui proses biologis yang mana mencerminkan makna kultural sesuai dengan pola interaksi sosial.

3. Bahasa Tubuh

Umumnya bahasa tubuh digunakan sebagai istilah dalam mengindikasikan komunikasi melalui isyarat, postur, dan sinyal yang ditunjukkan serta tanda tubuh lainnya yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar. Yang termasuk ke dalam bahasa tubuh juga adalah kebiasaan berpakaian rapi (grooming), gaya rambut dan berpakaian, serta praktik lainnya seperti memasang tato atau tusuk badan. Informasi nonverbal yang dapat ditangkap dari bahasa tubuh adalah identitas, hubungan, dan pikiran seseorang. Selain itu bahasa tubuh juga dapat mengkomunikasikan suasana hati, motivasi, dan juga sikap seseorang terhadap sesuatu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Penciptaan:

Dalam proses penciptaan iklan animasi ini penulis menerapkan 12 prinsip animasi seperti yang penulis jabarkan pada bab sebelumnya. Pada bagian ini penulis akan menjelaskan lebih jelas tentang bagaimana proses penulis membuat iklan animasi untuk DSM. Dalam prosesnya penulis membagi menjadi 3 tahapan pembuatan yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Berikut adalah penjelasan dan penjabaran terkait proses pembuatan iklan animasi yang penulis kerjakan :

a) Pra Produksi

Pada tahapan ini penulis lebih banyak melakukan pembelajaran terkait bagaimana cara menggambar. Karena penulis sebelumnya tidak mahir dalam menggambar. Adapun urutan yang

dapat penulis sampaikan terkait pra produksi sebagai berikut:

1. Belajar menggambar

Penulis banyak menghabiskan waktu untuk belajar menggambar, dikarenakan memang penulis kurang mahir dalam menggambar.

2. Penentuan Ide Awal

Saat menentukan ide awal penulis mencari banyak referensi tentang iklan animasi yang banyak beredar di Indonesia. Seperti iklan animasi dari Gojek, Gopay, Pocari Sweat, dan lainnya. Setelah penulis mendapatkan ide untuk iklan animasi yang akan dibuat penulis langsung mendiskusikannya oleh pihak DSM.

3. Persiapan Alat

Penulis pada awalnya hanya menggunakan sebuah laptop untuk belajar menggambar dan penyusunan ide. Namun laptop penulis tidak mencukupi untuk membuat keseluruhan dari proyek animasi, sehingga penulis harus meminjam komputer milik teman. Ini juga lah yang membuat proses dari pembuatan animasi penulis menjadi sangat terhambat.

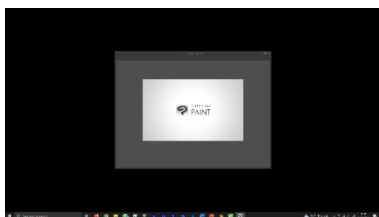
b) Produksi

Proses produksi pembuatan animasi akan penulis jabarkan menjadi 2 bagian yaitu apa saja peralatan yang penulis gunakan dan proses pembuatan animasi.

1. Peralatan

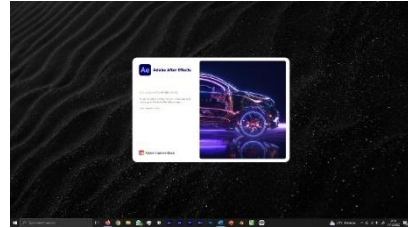
Peralatan yang penulis gunakan ada beberapa jenis yaitu:

- **Komputer:**
Penulis gunakan untuk mengerjakan semua pekerjaan animasi dan laporan
- **Aplikasi Clip Studio Paint**
Penulis menggunakan aplikasi ini untuk melakukan semua perihal animasi mulai dari membuat gambar hingga menganimasikannya.



- **Aplikasi After Effects**

Penulis menggunakan aplikasi ini untuk melakukan penambahan sedikit efek



2. Proses Pembuatan Animasi

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan bagaimana penulis membuat animasi.

- **Solid Drawing**

Membuat gambar, karakter, latar, dan aset lainnya



- **Mewarnai**

Pada proses ini penulis mewarnai semua karakter dan hal lainnya.



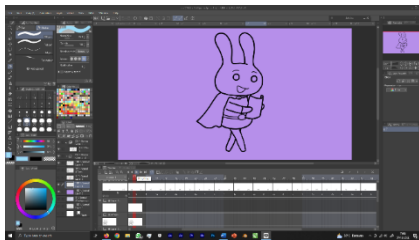
Gambar 4. Mewarnai Karakter
[Sumber: Dokumentasi Peribadi]

- **Menganimasikan**

Pada proses ini penulis membagi lagi menjadi beberapa bagian.

- **Timing**

Pada bagian ini penulis mengatur ketepatan waktu agar gerak dari karakter menjadi lebih halus dan rapih.



Gambar 5. *Timing*
[Sumber: Dokumentasi Peribadi]

- **Anticipation**

Menentukan posisi dari karakter saat akan bergerak agar terlihat lebih halus .



Gambar 6. *Laman Instagram*
[Sumber: Dokumentasi Peribadi]



Gambar 7. *Anticipation*
[Sumber: Dokumentasi Peribadi]

- **Appeal**

Dalam hal ini penulis juga berusaha dalam menemukan gaya yang khas dari penulis sendiri. Namun sejauh ini penulis masih lebih banyak melihat dari referensi yang penulis temukan.

c) Pasca Produksi

Pada tahap Pasca produksi penulis akan langsung menyerahkan hasil dari animasi yang telah selesai kepada pihak mitra dan berdiskusi kembali untuk melakukan peng-unggahan ke media sosial milik DSM. DSM memiliki beberapa media sosial yang aktif, salah satunya memiliki beberapa media sosial yang aktif, salah satunya adalah Instagram dan Youtube.



Gambar 8. *Laman Youtube DSM*
[Sumber: Dokumentasi Peribadi]

SIMPULAN

Sebagaimana yang telah penulis paparkan sebelumnya, jika pada proyek independent ini penulis akan membuat sebuah iklan dalam bentuk animasi. Dari banyaknya hal yang bisa diambil untuk dijadikan karya akhir, penulis memilih iklan untuk pelaksanaan karya akhir karena untuk membantu mitra untuk menyelesaikan permasalahannya. Ketentuan yang diberikan oleh Program Studi Produksi Film dan Televisi yaitu membuat 3 tema iklan yang berbeda untuk mahasiswa yang memilih iklan untuk menjadi karya akhir mereka karena bobot dari iklan lebih kecil dibandingkan dengan pilihan lainnya. Karena dengan anjuran yang di berikan oleh prodi, penulis membuat 3 tema iklan animasi dengan konsep yang berbeda.

Iklan Animasi 1

Ide dari iklan pertama ini adalah menjadikan hewan sebagai karakter dari iklan ini, dengan tujuan agar penonton dari iklan teringat tentang iklan yang telah dibuat. Penulis mendapat ide dan konsep dari iklan animasi ini dari konten yang sebelumnya pernah di buat oleh pihak DSM dan meminta izin untuk di jadikan sebuah animasi dengan perubahan karakter menjadi hewan. penulis hanya melakukan pengubahan pada karakter dan menambah sedikit elemen pada iklan animasi pertama ini, alur cerita yang dimiliki di konten yang sudah dibuat oleh DSM sudah mengandung nilai promosi di dalamnya. Pada iklan pertama ini penulis merancang dengan durasi 1 menit.

Iklan animasi 2

Pada iklan animasi yang kedua ini penulis akan menunjukan program-program yang DSM berikan kepada masyarakat. Penulis mengangkat sebuah tema tentang bencana alam. Pada cerita iklan ke dua ini telah terjadi banjir yang hebat yang terjadi akibat gundulnya hutan, tim DSM datang untuk membantu dan menolong para korban serta mereboisasi hutan.

Pada iklan animasi 2 ini, penulis akan menerapkan penggambaran dan pewarnaan yang bagus sehingga menampilkan visual yang bagus, tetapi penulis mengurangi pergerakan animasi pada iklan

animasi ke2. Iklan animasi ke dua ini penulis rancang dengan durasi 45 detik.

Iklan animasi 3

Pada iklan animasi 3 penulis mencoba melakukan pengembangan gaya menggambar dan animasi dari penulis sendiri. Penulis berusaha membuat gaya gambar yang berbeda sehingga menjadi ciri khas tersendiri untuk iklan animasi ke tiga. Pada iklan ini penulis akan menjelaskan tentang bagaimana cara untuk berdonasi di DSM dengan Panjang durasi 35 detik.

Estetika Karya

Estetika karya merupakan sebuah uraian tentang makna yang dikonstruksi penulis atas karya yang diciptakan oleh penulis. Penulis menerapkan banyak semiotika verbal maupun non-verbal untuk menambahkan kesan yang mendalam walaupun tersirat. Pada penerapan semiotika penulis memasukkan pemilihan warna, symbol, dan tanda yang ada dalam iklan yang penulis buat. Menurut penulis semiotika merupakan bagian yang penting dalam sebuah estetika, karena dalam semiotika memiliki bahasa yang indah namun tersirat yang memiliki keindahannya tersendiri.

Estetika merupakan sebuah buah pikir dari masing-masing individu dan memiliki sisi pandang estetikanya masing-masing. Pada iklan animasi yang penulis buat, estetika diterapkan pada semua gambar, warna dan lainnya. Karena penulis baru belajar menggambar, penulis berusaha untuk tetap membuat estetika pada hasil gambar dan animasi tetap memiliki nilai yang baik dan bermakna. Penulis bisa menjamin, dengan memikirkan estetika yang baik maka hasil dari karya kita akan menjadi lebih baik dan menarik.

Estetika iklan 1

Pada iklan pertama nilai estetika yang terkandung adalah pada penerapan karakter yang penulis buat. Menurut penulis penggambaran karakter pada iklan ini merupakan sebuah bentuk estetika yang penulis ciptakan untuk dapat disukai oleh penonton nantinya. Menggabungkan dengan penggambaran yang imut dan pemberian warna yang kalem, penulis berharap tujuan dan maksud penulis tersampaikan kepada penonton nantinya.

Estetika iklan 2

Pada iklan kedua penulis menerapkan estetika dengan mencoba membuat gambar dan warna yang menarik. Penulis mengambil reverensi langsung dengan iklan Pocari Sweat untuk meningkatkan kualitas visual. Harapan penulis, nantinya penonton akan merasakan pesan dari iklan yang disampaikan dengan visual yang baik

Estetika iklan 3

Pada iklan ketiga penulis membuat iklan dengan gaya penulis sendiri. Estetika yang penulis tonjolkan adalah animasi yang sederhana namun tetap nyaman di pandang, ditambah dengan memperjelas tulisan walau dianimasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Alwi, Hasan, 2005, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta

John W. Creswell, 2015, Educational Research "Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research", Pearson, Boston

Morissan, 2013, Teori Komunikasi: individu hingga massa, Jakarta: Kencana

A.S. Ranang, H., Basenadar, N.P, Asmoro, 2010, Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital, Jakarta: indeks

Komik

Dedy, Koerniawan, 2021, Ambivalent

Vega, Mandalika, 2015, Nusantara Droid War

Dito, Satrio, 2017, Jajan Squad

Park ,Tae ,Joon., Kim Jung Hyun, 2020, How To Fight

Kim, Kyoung, Yeol., Kim, Dong, Jun. 2021, The Lone Necromancer

Lee, Joo, Woon., Tae, Sung, 2022, Reality Quest

Internet

Ardiansyah, 2010, 12 prinsip animasi, Diakses pada 23 Oktober 2022 dari <http://dkv.binus.ac.id/?s=12+prinsip+animasi>