

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan dasar manusia ada 5 yaitu sandang, papan, pendidikan, kesehatan serta pangan. Pangan atau makanan sangat diperlukan manusia, manusia tidak bisa hidup tanpa makanan. Manusia biasanya mengkonsumsi makanan yang diolah terlebih dahulu, dengan perkembangan jaman yang semakin maju cara pengolahan makanan pun menjadi sangat beragam. Pengolahan makanan di setiap tempat mempunyai cara yang berbeda-beda, membuat masing-masing daerah mempunyai makanan khas yang tidak dipunyai ditempat lain.

Makanan khas ini terkadang menarik wisatawan untuk berkunjung di tempat itu, menjadikannya menjadi tempat wisata kuliner. Wisata kuliner adalah kunjungan ke suatu yang merupakan produsen dari suatu makan, festival makanan, restoran, dan lokasi khusus untuk mencoba rasa dari makanan dan atau juga untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Hall & Sharples, dalam www.digilin.petra.aca.id).

Restoran atau rumah makan menjadi tempat yang dikunjungi saat berwisata kuliner. Rumah makan adalah tempat usaha yang menyediakan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Rumah makan mempunyai banyak tipe salah satunya Kafe.

Kafe adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi dan teh. Pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman berakohol. Kafe dalam perkembangannya mulai menjual menu wedangan seperti gorengan, nasi kucing serta nasi oseng, Kafe ini kemudian disebut sebagai Cafedangan.

Cafedangan merupakan tempat bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan, menu yang ditawarkan

beragam tidak hanya kue serta *sandwich* saja tapi menu wedangan pada umumnya juga ditawarkan disini. Cafedangan di kota Solo sangat berkembang, salah satunya Cafedangan Legato yang bertempat di Solo Baru.

Cafedangan Legato adalah Cafedangan yang cukup unik dimana Cafedangan ini menyuguhkan konsep yang tidak biasa dari Cafedangan lain yaitu suasana rumah dengan dekorasi musik yang kental. Cafedangan ini mempunyai letak yang strategis yaitu dekat dengan jalan raya dan pemukiman sehingga banyak dari pelanggannya adalah orang sekitar. Makanan yang dijual di Cafedangan ini pun beragam mulai dari kopi, nasi kucing, roti bakar, mie goreng, mie kuah, rendang, dan masih banyak lainnya. Cafedangan ini mempunyai banyak keuntungan tetapi sepi dari pengunjung. Kurangnya promosi, membuat Cafedangan ini kurang dikenal orang banyak.

Media promosi dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan diatas. Media promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan (Zimmerer, 2002). Manfaat media promosi adalah untuk menyebar luaskan informasi barang atau jasa perusahaan kepada pasar serta membentuk citra produk atau jasa. Media promosi dapat disimpulkan sebagai suatu alat yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang barang atau jasa yang tujuannya mempengaruhi mereka untuk membeli barang atau jasa.

Surat, majalah, tabloid, radio dan iklan merupakan beberapa media promosi. Iklan atau dalam bahasa Inggris *Advertising*, adalah suatu bentuk komunikasi massa komersial yang dirancang untuk mempromosikan pemasaran suatu produk atau jasa, maupun pesan dari suatu lembaga, organisasi, bahkan bisa juga pesan dari seorang kandidat dalam suatu kampanye politik (Adi Kusrianto, 2009). Iklan pada dasarnya berfungsi sebagai sarana komunikasi yang digunakan komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik, khususnya konsumen melalui suatu media masa agar

mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, berupa aktivitas mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan.

Iklan dapat dibuat dari berbagai teknik, salah satunya teknik animasi 2 dimensi. Animasi dalam Dunia periklanan sudah mulai menjadi salah satu bidang yang digunakan selama beberapa tahun terakhir. Animasi bisa diartikan “hidup”. Animasi menurut sejarah berasal dari bahasa latin *anima* yaitu jiwa, hidup, nyawa, semangat. Arti animasi sebenarnya adalah sejumlah gambar yang berurutan dan sekuensial atau model yang diam, yang digerakkan untuk menciptakan sebuah ilusi pergerakan. Animasi dipilih karena belum banyaknya iklan di Indonesia yang memakai teknik tersebut, animasi cocok dipakai untuk segmentasi kebanyakan Cafedangan yaitu anak muda.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Merancang Konsep Iklan untuk Cafedangan Legato dengan teknik utama animasi 2d?
2. Bagaimana Membuat Iklan untuk Cafedangan Legato dengan teknik utama animasi 2d?

C. Tujuan Penelitian

1. Merancang Konsep Iklan untuk Cafedangan Legato dengan teknik utama animasi 2d
2. Membuat Iklan untuk Cafedangan Legato dengan teknik utama animasi 2d

D. Manfaat

1. Bagi Penulis
Untuk mengukur kemampuan dan pengalaman dalam videografi dan animasi
2. Bagi Lembaga
Dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang mempelajari tentang videografi dan animasi
3. Bagi Masyarakat
Memberikan hiburan, dan memberikan informasi tentang tempat bersantai baru.

4. Bagi Cafedangan Legato

Sebagai media promosi Cafedangan Legato kepada masyarakat luas

5. Bagi Dunia Desain

Memberi warna baru dalam bidang iklan dengan animasi yang berbeda

E. Tinjauan Pustaka

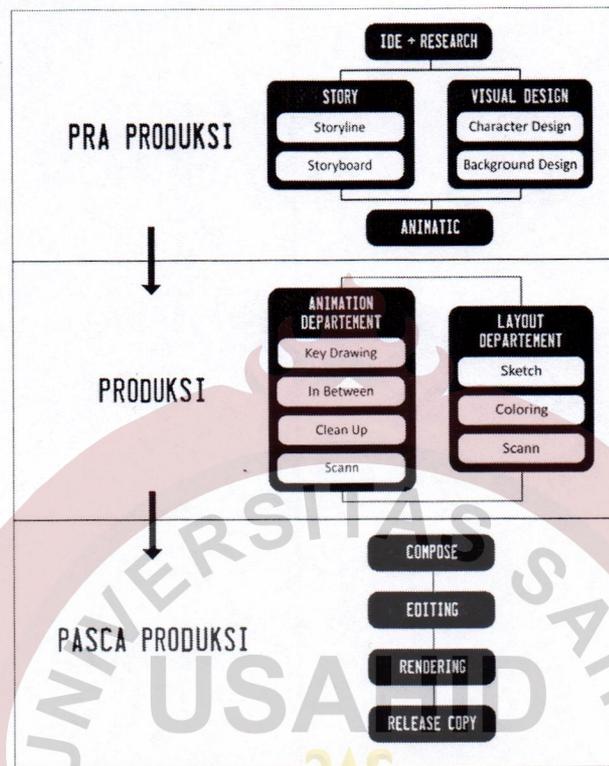
(Angga Tantama. *Tugas Akhir Perancangan Video Klip sebagai media promosi lagu mesin penenun hujan oleh Frau dengan teknik animasi 2d dan motion graphic*, Universitas Sahid Surakarta). Tujuan dalam perancangan video klip untuk lagu mesin penenun hujan oleh Frau dengan menggunakan teknik animasi 2d dan motion graphic, adalah menambah daya saing dan peningkatan dalam penjualan lagu mesin penenun hujan oleh Frau dalam persaingan dunia music di Indonesia, animasi dipilih karena masih jarang nya video klip yang berbentuk animasi. iklan Cafedangan Legato punya gaya gambar yang berbeda dengan video klip lagu mesin penenun hujan oleh Frau. Video klip lagu mesin penenun hujan oleh Frau menggunakan gaya gambar yang cenderung surealisme sedangkan Iklan Cafedangan Legato akan menggunakan gaya gambar Manga.

(Mohammad Maulana Muliawan. *Tugas Akhir Perancangan Animasi Interaktif sebagai media Alternatif pembelajaran tentang kebun pada anak*, Universitas Sahid Surakarta). Perancangan animasi interaktif sebagai media alternatif pembelajaran tentang kebun pada anak, pdikemas dalam bentuk game dengan harapan bisa menjadi alternatif pembelajaran pada anak-anak. Meskipun sama-sama menggunakan animasi dalam pebuatannya media yang dipakai dan tujuannya berbeda. Tugas akhir perancangan Animasi Interaktif sebagai media Alternatif pembelajaran tentang kebun pada anak memakai media game yang digemari oleh anak-anak, tugas akhir ini punya tujuan juga untuk pembelajaran anak-anak. Iklan Cafedangan Legato memakai iklan sebagai medianya dan tujuannya pun untuk memperkenalkan dan menaikkan daya saing Cafedangan Legato.

(Elisa, Yusnizal Firdaus. 2015. *Jurnal Studi Kasus Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifebuoy*, Vol 13, No 3, Sumatera Selatan, Universitas Sriwijaya) dalam jurnal ini iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun Lifebuoy di sebuah desa. Hasilnya menunjukkan bahwa iklan tersebut mempengaruhi masyarakat di desa tersebut untuk membeli sabun lifebuoy daripada sabun lainnya. Jurnal ini membuktikan bahwa dengan adanya iklan yang ditayangkan dapat mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih produk yang diiklankan sehingga pemilihan media iklan untuk Cafedangan Legato dinilai sebagai pilihan yang tepat.

(Rona Guines Purnasiwi, Mei P Kurniawan. 2013. *Perancangan dan Pembuatan Animasi 2D Kerusakan Lingkungan dengan Teknik Masking*, Vol 14, No 4, Yogyakarta, STMIK AMIKOM) dalam jurnal animasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk tetap menjaga lingkungan sebelum terjadi bencana alam karena kerusakan lingkungan. Jurnal ini membuktikan bahwa pemilihan animasi 2D sebagai media untuk menyampaikan pesan, sehingga pemilihan animasi 2D di iklan Cafedangan Legato dinilai sebagai pilihan yang tepat.

F. Metode Perancangan



Gambar 1. Bagan Metode Perancangan

Sumber : Reproduksi dari proses pembuatan iklan Animasi 2d Cafedangan Legato oleh Nicolas Pier Tanujaya, 2019

1. Pra Produksi

Tahap Pra Produksi adalah tahap pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari animasi yang akan dibuat. Sebelum masuk ketahap produksi, yang perlu dipersiapkan terlebih dahulu adalah konsep, *storyline*, *storyboard*, *design character* dan *design background* berdasarkan data yang sudah diperoleh.

a. Konsep

Melakukan *research* terlebih dahulu seperti mewawancarai dan mencari data tentang hal yang akan dianimasikan, setelah itu mencari gagasan dengan melakukan *brain storming*. Menentukan jenis animasi yang ingin dibuat, gaya karakter yang akan dianimasikan,

tentang animasi yang akan dibawakan, kepada siapa animasi akan ditujukan.

b. *Storyline*

Storyline adalah naskah animasi dalam bentuk teks. Berisi tentang keseluruhan alur animasi yang akan dibangun

c. *Storyboard*

Storyboard adalah naskah yang dituangkan dalam bentuk gambar. *Storyboard* merupakan serangkaian sketsa yang menggambarkan alur cerita.

d. *Design Character*

Design character adalah bentuk tokoh yang ada di animasi dengan segala atributnya (sifat, fisik, profesi, tempat tinggal bahkan takdir) dalam bentuk yang beraneka gambar, bisa hewan, tumbuhan ataupun benda-benda mati.

e. *Design Background*

Design Background adalah bentuk latar belakang / lokasi yang ada di animasi dengan segala atributnya.

2. Produksi

Tahap Produksi adalah tahapan dimana Animasi dan latar belakang dibuat. Dalam produksi animasi terdapat beberapa tahapan yaitu *key drawing*, *in between*, *clean up* dan *scanning*. Produksi Latar belakang terdapat beberapa tahapan yaitu *sketch*, *coloring* dan *scanning*. Tahap terakhir dalam produksi adalah *compose*.

Tahap Produksi Animasi

a. *Key Drawing*

Key drawing adalah gambar yang menjadi acuan dalam pergerakan animasi.

b. *In Between*

Gambar diantara *Key drawing*, gambarnya selalu berubah

c. *Clean Up*

Seluruh gambar yang sudah dibuat, dirapikan dan dibersihkan

d. Scanning

Memasukkan seluruh gambar ke PC untuk dapat diolah

Tahap Produksi Latar Belakang

a. Sketch

Membuat gambar kasar tentang latar belakang atau lokasi yang akan dibuat.

b. Coloring

Mewarnai Sketsa kasar yang sudah dibuat.

c. Scanning

Memasukkan seluruh gambar ke PC untuk dapat diolah

3. Pasca Produksi

Menyatukan Animasi dan latar belakang, menambah effect, serta menambahkan suara sehingga menjadi animasi yang utuh.

Tahap Akhir dalam pembuatan animasi yaitu mentransfer seluruh animasi ke sistem standard stasiun televisi/standard lain yang akan dipakai menjadi media pemutar animasi.

G. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat dan sistematika perancangan tugas akhir ini.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari buku yang berkaitan dengan tugas akhir ini.

3. BAB III KONSEP PERANCANGAN

Bab ini berisikan analisa media, strategi perancangan dan konsep yang dipakai dalam pembuatan tugas akhir ini.

4. BAB IV PERWUJUDAN KARYA

Bab ini berisikan perancangan dan pembahasan secara detail yang ada di bab sebelumnya, di jabarkan satu persatu.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan bab-bab sebelumnya