

BAB II LANDASAN TEORI

A. Animasi

Animasi berasal dari bahas latin yaitu *anima* yang berarti jiwa, hidup, nyawa, dan semangat. Kamus Besar Indonesia mencatat bahwa animasi adalah acara televisi yang terbentuk rangkaian lukisan atau gambar yang digerakkan secara mekanik elektronis sehingga tampak dilayar menjadi bergerak. Menurut Ibiz Fernandez animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan.

Animasi dapat disimpulkan sebagai sejumlah gambar yang berurutan yang digerakkan untuk menciptakan sebuah ilusi pergerakan.

B. Prinsip Animasi

Frank Thomas & Ollie Johnston dalam bukunya *The Illusion of Life : Disney Animation* menulis 12 prinsip animasi yaitu:

1. *Solid Drawing*

Menggambar sebagai dasar utama animasi memegang peranan yang signifikan dalam menentukan baik proses maupun hasil sebuah animasi, terutama animasi klasik.

2. *Timing & Spacing*

Timing adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan harus dilakukan. *Spacing* adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam jenis gerak.

3. *Squash & Stretch*

Squash dan Stretch adalah upaya penambahan efek lentur (plastis) pada objek atau figure sehingga seolah-olah “memuai” atau “menyusut” sehingga memberikan efek gerak yang lebih hidup. Pemakaian *Squash dan Stretch* memberikan efek dinamis terhadap gerakan/action tertentu.

4. *Anticipation*

Anticipation boleh dianggap sebagai persiapan / awalan gerak atau ancang-ancang. Seorang yang bangkit dari duduk harus membungkukkan

badannya terlebih dahulu sebelum benar benar berdiri. *Anticipation* terpadat pada gerakan memukul, sebelum tangan “maju” harus ada gerakan “mundur” dulu, dan sejenisnya.

5. *Slow In and Slow Out*

Slow in dan Slow out menegaskan kembali bahwa setiap gerakan memiliki percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat. *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relative cepat kemudian melambat.

6. *Arcs*

Sistem pergerakan tubuh pada manusia, binatang, atau makhluk hidup lainnya dalam animasi bergerak mengikuti pola/jalur (maya) yang disebut *arcs*. Hal ini memungkinkan mereka bergerak secara halus dan lebih realistik, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola yang berbentuk lengkung (termasuk lingkaran, elips, atau parabola). Pola gerak inilah yang tidak dimiliki oleh sistem pergerakan mekanik / *robotic* yang cenderung patah - patah.

7. *Secondary Action*

Gerakan-gerakan tambahan yang dimaksudkan untuk memperkuat gerakan utama supaya sebuah animasi tampak lebih realistik, *Secondary Action* tidak dimaksudkan untuk menjadi “pusat perhatian” sehingga mengaburkan atau mengalihkan perhatian dari gerakan utama.

8. *Follow Through and Overlapping Action*

Follow Through adalah tentang bagian tubuh tertentu yang tetap bergerak meskipun seseorang berhenti bergerak. *Overlapping action* adalah serangkaian gerakan yang saling mendahului (*overlapping*).

9. *Straight Ahead Action & Pose to Pose*

Dua cara yang dapat dilakukan untuk membuat animasi. Pertama adalah *Straight Ahead Action* yaitu membuat animasi dengan cara seorang animator menggambar satu per satu *frame by frame* dari awal sampai selesai seorang diri. Kedua adalah *Pose to Pose* yaitu pembuatan animasi oleh seorang animator dengan cara menggambar hanya pada *keyframe-*

keyframe tertentu saja, selanjutnya *in-between* atau interval antar *keyframe* digambar/ dilanjutkan oleh asisten/ animator lain.

10. *Staging*

Staging dalam animasi meliputi bagaimana “lingkungan” dibuat untuk mendukung suasana yang ingin dicapai dalam sebagian atau keseluruhan *scene*.

11. *Appeal*

Appeal berkaitan dengan keseluruhan look atau gaya visual dalam animasi.

12. *Exaggeration*

Upaya untuk mendramatisir sebuah animasi dalam bentuk rekayasa gambar yang hiperbolis.

C. Pengertian Animasi 2D

Animasi 2D disebut juga dengan film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata Cartoon, yang artinya gambar yang lucu. Disebut animasi dua dimensi, karena 2D mempunyai ukuran panjang (X-azis) dan (Y-axis). animasi 2D adalah animasi yang menggunakan sketsa gambar, lalu sketsa gambar ini digerakkan satu persatu, maka tidak akan terlihat seperti nyata. Animasi disebut sebagai 2 dimensi karena dibuat melalui sketsa yang digerakkan satu persatu sehingga nampak seperti nyata dan bergerak. Animasi 2D hanya bisa dilihat dari depan saja..

D. Teknik Pembuatan Animasi 2D

Animasi dua dimensi atau animasi dwi-matra dikenal juga dengan nama flat animation. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan dalam proses pembuatannya, antara lain dengan sistem:

1. *Cell Technique* (Film Animasi Teknik Sel)

Teknik cell merupakan teknik dasar dari pembuatan film animasi klasik. Rangkaian gambar dibuat di atas lembaran transparan yang tembus pandang/sel (*cell*). Objek utama dibuat terpisah dengan latar belakang. Dengan demikian, latar belakang (*background*) dan latar depan (*foreground*) dibuat hanya sekali saja. Cara ini dapat menyiasati pembuatan gambar yang terlalu banyak.

2. Teknik *Computing* 2D

Proses pembuatan animasi semakin mudah dengan adanya perkembangan teknologi. Untuk penggarapan animasi sederhana, mulai dari perancangan model hingga pengisian suara/*dubbing* dapat dilakukan dengan mempergunakan satu *personal* komputer. Setiap kesalahan dapat dikoreksi dengan cepat dan dapat dengan cepat pula diadakan perubahan. Teknologi komputer juga memungkinkan penggunaanya untuk tidak melakukan kegiatan yang sama berulang-ulang, hanya dengan copy dan paste maka gambar yang sama dapat digandakan dan diolah kembali, diperbesar, diperkecil, ditambah maupun dikurangi setiap elemennya.

3. Teknik *Computing* 3D

Teknik 3D atau tiga dimensi memberikan ilusi yang terkesan memiliki kedalaman dan ruang. Gambar yang hanya memiliki dimensi (ukuran) panjang dan lebar (2D) kesan kedalaman belumlah muncul. Ketika dimensi ke tiga (kedalaman) berperan, maka ilusi tersebut baru terlihat nyata.

E. Iklan

Iklan adalah pemeritahuan mengenai barang dan jasa dengan tujuan membujuk khalayak agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Iklan berarti Berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan atau Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa seperti surat kabar dan majalah atau di tempat umum.

Iklan dapat disimpulkan sebagai media yang ditujukan ke masyarakat luas dengan tujuan untuk menyampaikan informasi barang atau jasa agar masyarakat tertarik untuk membeli/memakainya,

Iklan berasal dari kata latin *advertere* yang berarti mengarahkan kepada atau menarik perhatian seseorang pada, kata tersebut kemudian diserap ke dalam bahasa Perancis kuno menjadi *avertire*, yang berarti “untuk mengumumkan” atau “untuk memperingatkan”. Sementara reklame dalam

bahasa Latin disebut *re-clamare* yang artinya “untuk mengumumkan” atau “untuk menyatakan”.

Iklan yang bagus adalah iklan yang dapat mempengaruhi pembaca dan pemirsanya (khalayak) untuk melakukan suatu seperti yang diminta oleh iklan tersebut.

4 hal yang harus diperhatikan dalam membuat iklan yang efektif yaitu :

1. Aspek Perhatian (*awareness/attention/attraction*)
Mengaitkan barang/jasa untuk menarik calon pelanggan adalah solusi terhadap berbagai masalah yang ada untuk mencapai pelanggan inginkan atau harapan.
2. Aspek ketertarikan terhadap sesuatu (*interest*)
Membangun minat calon pelanggan agar meluangkan waktu untuk menonton maupun membaca lebih detail iklan, dengan cara memberikan janji solusi atas masalah yang ada dengan menunjukkan seberapa bagusnya fitur dan keuntungan dari produk yang di tawarkan.
3. Aspek keinginan emosional menggunakan testimony (*Desire*)
Aspek emosional dibangun dengan memberikan data statistic yang menggugah atau mencantumkan testimoni untuk membangun kepercayaan pada produk yang ditawarkan.
4. Aspek *call to action*
Kata/kalimat perintah diberikan supaya bisa mempengaruhi pelanggan untuk membeli/mencoba barang yang ditawarkan.

Ciri-ciri iklan

1. Komunikatif
2. Informatif
3. Bahasanya mudah dimengerti dan diingat masyarakat
4. Menarik perhatian dan bersifat mengajak penonton atau pembaca untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang telah diiklankan

Syarat Iklan

1. Kata dan bahasa yang tertata dan tidak memiliki tafsir ganda
2. Bahasa yang dipakai menarik dan mudah diingat-ingat oleh masyarakat

3. Tidak boleh merendahkan atau menghina produk sejenis dan perusahaan lain.
4. Tidak boleh bohong dan harus apa adanya
5. Iklan harus dibuat dengan memperhatikan tata bahasa, atau sopan santun, target pasar dan lain-lain.

