

PEMBUATAN VIDEO PROFIL MENGGUNAKAN *FLAT ANIMATION* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA *DEVELOPER* APLIKASI PROTOKOL

Ismail Abdurrozzaq Zulkarnain

iizzuel@gmail.com

Abstract - This study aims to create profile videos using flat animation as a promotional tool for Protocol application developers. The method used in making this promotional media is the Animation Make method. Animation with this technique has a sprite that is continuously generated by the program, then displayed with certain calculations. While the method used in this study is Action Research. Methods of data collection by means of observation, interviews and questionnaires involving 8 expert respondents and 6 prospective customer respondents. Data analysis using qualitative descriptive analysis. This study includes 3 stages. Stage 1 is pre-production which includes concepts, scenarios, character building, storyboarding, music and FX sound. Stage 2 is the production stage which includes layouts, key motion, in between, clean up, background, celluloid, coloring. Stage 3 is the post-production stage which includes composite, camera shooting, editing, rendering. The results of this study indicate that the type of Flat Animation can make promotional media in the form of video profiles become more attractive and objective in the delivery of information.

Keyword : Video Profile, Promotion Media, Flat Animation

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk pembuatan video profil menggunakan *flat animation* sebagai sarana promosi pada *developer* aplikasi Protokol. Metode yang digunakan dalam pembuatan media promosi ini adalah metode Animation Make. Animasi dengan teknik ini memiliki sprite yang terus menerus digenerate oleh program, kemudian ditampilkan dengan perhitungan tertentu. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Action Research. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, interview dan kuesioner yang melibatkan 8 responden ahli dan 6 responden calon konsumen. Analisa data menggunakan analisa deskriptif kualitatif. Penelitian ini meliputi 3 tahap yang dilakukan. Tahap1 merupakan pra produksi yang meliputi konsep, scenario, pembuatan karakter, storyboard, musik dan *sound FX*. Tahap 2 merupakan tahap produksi yang meliputi layout, key motion, in between, clean up, background, celluloid, coloring. Tahap 3 merupakan tahap post produksi yang meliputi composite, camera shooting, editing, rendering. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis *Flat Animation* dapat membuat media promosi berupa video profil menjadi lebih menarik dan objektif dalam penyampaian informasi.

Kata kunci : Video Profil, Media promosi, Flat Animation

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Saat ini, banyak sekali macam dan jenis media promosi yang dilakukan perusahaan atau penyedia jasa dalam rangka untuk menarik perhatian konsumen terhadap produknya. Salah satunya yaitu dengan media video profil. Video profil yang menarik dan informative diharapkan akan mendapatkan respon yang baik dari konsumen sehingga video profil akan selalu diingat dan berdampak positif terhadap publik.

Pada masa ini, media untuk memperkenalkan produk mulai berkembang. Tidak dapat dipungkiri bahwasannya media elektronik lebih dominan digunakan daripada media kertas atau yang lainnya. Apalagi didukung dengan adanya jaringan internet yang mudah, sehingga penyebaran media elektronikpun semakin luas dan tanpa batasan waktu untuk ditujukan kepada khalayak umum.

Aplikasi protocol merupakan aplikasi baru dikembangkan, dimana aplikasi ini merupakan aplikasi tanda tangan digital yang berjalan secara online dan berbasis android. Karena aplikasi ini termasuk baru, maka untuk menarik perhatian publik harus digunakan media promosi salah satunya pembuatan video profil tentang aplikasi tersebut. Karena video profil merupakan salah satu media promosi yang mudah disebarkan, berbasis elektronik, serta informative dan objektif.

Pada proses pembuatan video profil sudah dapat dilakukan dengan berbagai macam aplikasi pengolahan video dan gambar. Diantaranya *Adobe Photoshop*, *Corel Draw*, *After Effect*, *Autodesk Maya*, *3D Max*, *Filmora*, *Sony Vegas*, dan lain sebagainya. Selain itu banyak pula teknik animasi yang dapat dilakukan dalam pembuatan video profil, yakni animasi 2D, animasi 3D, animasi flat, animasi *stop motion*, animasi *hybrid*, dan sebagainya. Dalam penelitian

ini teknik animasi yang digunakan yaitu dengan menggunakan animasi flat. Animasi flat hamper mirip dengan animasi 2D, namun berbeda dalam teknik pembuatannya.

Flat animation banyak digandrungi oleh masyarakat akhir-akhir ini. Karena teknik yang disampaikan lebih informatif dan objektif terhadap konsumen. Karena dalam teknik *flat animation* efek yang digunakan sangat sederhana, mulai dari warna yang tidak mencolok sehingga lebih nyaman dipandang, efek *movement* lebih halus, dan *typography* yang tepat serta objektif. Dengan animasi yang dibuat diharapkan dapat membuat konsumen lebih tertarik terhadap produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pembuatan video profil menggunakan teknik Flat Animation sebagai media promosi pada Developer Aplikasi Protokol?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mempublikasikan video profil dari hasil pembuatan iklan menggunakan teknik *Flat Animation*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

1. Tri Widya Asri (2010) “Pembuatan Video Klip Animasi 2D Band Vignecvara sebagai media promosi Band Indie Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan teknik animasi 2D frame animation dan teknik semi hybrid dan digital animation.
2. Ahyuna (2013) “Pemanfaatan Internet sebagai media promosi pemasaran produk lokal oleh kalangan usaha di kota makassar”. Penelitian ini hanya menggunakan aplikasi pengolah gambar sederhana untuk mempublikasikan produknya sebagai media promosi, juga menggunakan akses internet untuk membuat website.
3. Sukadi (2013) “Pembuatan Media Iklan Lewat Web Pada Percetakan Alphakom Pacitan”. Penelitian ini bertujuan dalam pembuatan media iklan melalui web sehingga transaksi pemesanan menjadi lebih mudah dan cepat.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Animasi

Animasi sebenarnya penyesuaian dari kata ‘*animation*’, yang berasal dari kata dasar ‘*to animate*’, dalam kamus umum Inggris - Indonesia berarti menghidupkan (Wojowasito 1997). Secara umum animasi adalah suatu kegiatan menghidupkan, menggerakkan benda mati, suatu benda mati diberi dorongan kekuatan, semangat dan emosi untuk hidup dan bergerak, atau hanya berkesan hidup.

2.2.2 Video

Menurut Rusman (2012) video merupakan bahan pembelajaran tampak dengar (audio visual)

yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan/materi pelajaran. Dikatakan tampak dengar karena unsur dengar (audio) dan unsur visual/video (tampak) dapat disajikan serentak. Dengan kata lain video adalah rangkaian gambar elektronis yang disertai unsur audio yang dituangkan pada pita video, dan dapat dilihat melalui alat pemutar *video player* dan jika dalam bentuk VCD maka menggunakan *VCD player* yang dihubungkan ke monitor televisi.

2.2.3 Pengertian Promosi

Menurut Swastha (2002:237) “Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk emngarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran, ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.”

2.2.4 Pengertian Iklan

Menurut Suyanto (2004:1) “Periklanan merupakan suatu tahap dalam pemasaran dimana produk atau jasa baik penamaan dan pengemasannya, penetapan harga, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan berbagai produk tidak akan dapat mengalir secara lancar ke distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen.”

2.2.5 Protokol

Protokol merupakan sebuah aplikasi yang berfungsi sebagai tanda tangan digital. Protocol merupakan solusi dari banyaknya kesibukan antara bos dank lien atau antara mahasiswa dengan dosennya. Aplikasi ini memungkinkan untuk memberikan tanda tangan sebagai tanda sah suatu dokumen sehingga dapat memberikan efektifitas meskipun dari jarak jauh. Legalitas dari aplikasi ini juga sudah terjamin oleh lembaga penjamin legalitas keabsahan.

3. Metodologi

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini meliputi profil dari aplikasi protocol. Video profil dibuat dari manfaat, tujuan, metode dan legalitas dari penggunaan aplikasi protocol. Dimana pmbuatan video profil tersebut sebagai media promosi dalam pengembangan dan pemanfaatan aplikasi tersebut.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Action Research* (penelitian tindakan).

Menurut Arikunto (2013:129) “Penelitian tindakan adalah penelitian tentang hal-hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan.”

3.3 Jenis Data

Kebutuhan data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Kuncoro (2009:148) “Data primer merupakan data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data *original*.”

2. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2009:148) “Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.”

3.4 Sampel

Dalam penelitian ini, sampel terbagi atas 4 macam yakni:

- Ahli Komputer sebanyak 4 orang.
- Ahli Manajemen sebanyak 2 orang.
- Karyawan perusahaan sebanyak 2 orang.
- Calon konsumen sebanyak 6 orang.

3.5 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Purposive sample* yaitu teknik sampling yang dilakukan dengan cara mengambil subjek didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, observasi, wawancara, dan kuesioner.

3.7 Metode Analisa

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi teknik wawancara (*interview*), angket (kuesioner), observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara (*Interview*)

Menurut Arikunto (2013:198) “*Interview* yang sering juga disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi.”

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2009: 199) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data paling efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden.”

3. Observasi

Menurut Arikunto (2013:199) “Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera .”

4. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2013: 201) “Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dengan *mengcopy* / mendokumentasikan gambar-gambar dan data-data pada saat melakukan penelitian.”

3.8 Pengembangan Kuesioner dan Skala

Kuesioner berisi seputar pertanyaan terkait efektifitas video profil yang dibuat menggunakan metode *Flat Animation*. Kuesioner ini menggunakan *epic rate*. Skala ini menggunakan analisis tabulasi sederhana dan perhitungan rata-rata terbobot. Dalam analisis sederhana data yang diperoleh diolah ke bentuk prosentase dengan menggunakan rumus.

3.9 Metode Analisa Data

Menurut Sugiyono (2011:147) “Statistik deskriptif kualitatif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

4. Pembahasan

4.1. Pelaksanaan *Action Research*

Pokok bahasan dalam metode *Action Research* adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap perencanaan (*planning*) ini, peneliti memilih metode/teknik animasi dalam pembuatan video profil.

2. Tindakan (*Action*)

Pada tahap pelaksanaan tindakan (*action*), peneliti mulai memproses pembuatan video profil dengan tahapan awal pembuatan *story board* hingga implementasi kepada aplikasi pengolah animasi.

3. Observasi (*Observation*)

Tindakan observasi dengan cara menyebarkan sejumlah kuesioner kepada calon konsumen kemudian dihitung hasilnya..

4. Refleksi (*Reflection*)

Tahap ini diperoleh berdasarkan kritik dan saran dari para ahli, oleh karena itu peneliti mengidentifikasi permasalahan untuk menemukan rancangan pada tahapan II.

4.2. Gambaran Umum Desain

Berdasarkan hasil dari wawancara dan hasil pengumpulan informasi, akhirnya peneliti mendapatkan beberapa dokumentasi yang berhubungan dengan pembuatan video profil aplikasi tersebut yang meliputi, desain logo aplikasi, tujuan dan manfaat aplikasi, *tutorial* penggunaan aplikasi, sistem legalitas aplikasi, dan *maintenance* aplikasi tersebut. Setelah informasi yang didapatkan cukup, maka tahap selanjutnya yaitu membuat *storyboard* video profil. Hasil dari pemaparan *storyboard* akan diaplikasikan ke dalam teknik *Flat Animation* dengan menggunakan software pengolah gambar menjadi animasi.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa diatas, dapat disimpulkan bahwa video profil aplikasi protocol yang dibuat dengan menggunakan teknik animasi Flat Animation dibuat untuk membeirkan kesan menarik, informative, dan subjektif sebagai media promosi aplikasi tersebut. Hal ini didukung dengan hasil responden yang membuktikan dengan telah mengisi kuesioner uji coba produk tersebut. Responden juga menambahkan video profil ini layak dibutuhkan oleh developer aplikasi protocol untuk meningkatkan pemasaran produk aplikasinya.

5.2. Saran

Saran ditujukan kepada *developer* aplikasi protokol agar dapat menambahkan media eletronik lain berupa televisi di ruang tamu kantor dimana vide profil ini ditayangkan, agar dapat menambah minat dari pengguna aplikasi ini. Selain itu dapat menambahkan video profil ini pada akhir *close credit* aplikasi lain yang telah dikembangkan oleh *developer* sendiri, agar pula meningkatkan minat pengguna aplikasi lain untuk mencoba menggunakan aplikasi protocol ini.

6. Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Soeheman, Bonnie. 2010. *Membuat Sendiri Klip Animasi Multimedia*. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo
- Suyanto, M, 2003. *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan keunggulan Bersaing*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Effendy, Heru, 2002. *Mari Membuat Film panduan menjadi produser*, Yogya, Panduan.
- Fauzan, Muhammad. 2011. Pembuatan Iklan Berbasis Multimedia Untuk CV. CHOCOLATE FOREST. *Jurnal E-Journal Speed*. Vol 1 No 2 ISSN: 2367-3635
- Kotler, Phillip dan Kevin Lance Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukadi, Arifin. 2013. Pembuatan Media Iklan Lewat Web Pada Percetakan Alphakom Pacitan. *Jurnal Of Elektronik CommerceResearch*. Vol 7 No 1 ISSN: 1980-6651
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi Offset.