

Perancangan Iklan Video Animasi sebagai Konten Media Promosi Produk “Kopi DungJes” dengan menggunakan Ibis Paint X, FlipaClip & Capcut

Susanto¹

¹SMAN 1 Arjawinangun, Kab. Cirebon, Jawa Barat, Indonesia

Email : ¹santogami48@gmail.com

Abstract

Jika kita melihat pada era saat ini perkembangan teknologi informasi sangat pesat serta berpengaruh besar bagi berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satunya adalah ilmu Multimedia, Ilmu Multimedia adalah media yang menggabungkan dua unsur atau lebih yang terdiri dari teks, grafik, gambar, foto, dan audio secara terintegrasi yang bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi.

Multimedia banyak digunakan sebagai sarana untuk pemasaran suatu produk/jasa. Iklan berperan sebagai media promosi suatu produk/jasa karena di dalamnya berisikan berbagai konten yang mampu menarik pelanggan.

Dengan menggunakan video animasi, memiliki beberapa nilai lebih bagi kreator salah satunya kreator dapat bebas mengolah apa saja yang dibutuhkan hingga dapat menghasilkan iklan video dalam animasi yang sangat menarik dan mengandung sebuah pesan di dalamnya, sehingga mampu menjadi daya tarik tersendiri.

Pada pembuatan promosi video animasi yang dibuat dengan menggunakan aplikasi Ibis Paint X sebagai *tools* menggambar, FlipaClip sebagai *tools* untuk menyatukan gambar supaya menjadi gambar yang bergerak dan Capcut sebagai *editor* untuk menyatukan audio dan video agar menjadikannya sebuah iklan promosi yang bertemakan video animasi 2D.

Keywords: Media, Promosi, Iklan, Animasi

1. INTRODUCTION

Seiring kemajuan teknologi, banyak hal dapat dilakukan secara mudah dan praktis. Manusia terus berkembang untuk menciptakan inovasi untuk semakin berkembang, salah satunya media promosi yang seiring berjalannya waktu semakin

berkembang. Mulai dari menggunakan media cetak hingga menggunakan media elektronik untuk memasarkan produk agar sampai pada konsumen [1]. Melalui sarana media promosi, masyarakat dapat menerima informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi [2]. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek [3]. Melalui industri periklanan, dikembangkan dengan cara-cara untuk menciptakan dan mendorong konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup dalam masyarakat. Namun demikian, ILM (Iklan Layanan Masyarakat) berbasis animasi masih jarang ditemukan. Jika ada, kualitasnya masih dibawah iklan komersial [4].

Perancangan video animasi bisa menjadi salah satu ide yang bagus untuk dijadikan salah satu opsi pemasaran produk atau jasa sebagai iklan promosi,. Ada beberapa contoh penggunaan video iklan animasi untuk menarik perhatian masyarakat yang melihatnya, dengan mengkolaborasi *tools-tools* pada aplikasi Ibis Paint X, FlipaClip, dan Capcut mampu untuk merancang dan menciptakan video iklan promosi berbasis animasi yang kreatif serta menarik perhatian masyarakat sehingga masyarakat lebih mengenal produk/jasa yang ditawarkan.

Terlebih lagi video iklan animasi juga membutuhkan *software* media yang memadai dalam perancangan pembuatan video animasi. Ibis Paint X adalah aplikasi yang peneliti gunakan dalam pembuatan tokoh animasi, serta aplikasi FlipaClip sebagai *software* untuk menyatukan *frame-frame* hingga menjadikannya gambar bergerak, dan aplikasi Capcut sendiri digunakan untuk menggabungkan semua gambar bergerak menjadi video serta menambahkan audio pada video animasi yang dirancang.

Berdasarkan permasalahan dan solusi tersebut, maka peneliti memberi judul pada laporan yaitu “Perancangan Iklan Video Animasi sebagai Konten untuk Media Promosi Produk Kopi dengan menggunakan Ibis Paint X, FlipaClip & Capcut”.

2. METHODS

2.1. Teknik Pemilih Alat dan Bahan

Pada pemilihan alat dan bahan dalam pembuatan video iklan animasi ini banyak yang harus diperhatikan supaya tidak menghambat proses dari perancangan iklan video animasi tersebut. Semakin banyak alat dan bahan yang digunakan maka semakin memperlancar jalannya proses pembuatannya [7]. Alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan iklan video animasi ini antara lain yaitu :

1. Handphone

Handphone adalah perangkat keras atau *hardware* yang peneliti gunakan dalam pembuatan video iklan animasi ini, dengan spesifikasi :

Processor : Qualcomm SDM460 Delapan-inti
Memori : 4,00 GB RAM
OS : Android 11
Internal : 64,0 GB
Model : RMX2195

2. Headset

Dalam pembuatan video iklan animasi ini diperlukan alat yang dapat mendengarkan audio dengan lebih jelas agar penataan audio dengan video animasi tidak berantakan, oleh karena itu *headset* dibutuhkan pada penelitian ini.

3. Software atau aplikasi

Software atau aplikasi dalam pembuatan video animasi kali ini peneliti memilih beberapa aplikasi yang digunakan, diantaranya adalah :

a. Ibis Paint X

Dalam pembuatan tokoh karakter animasi, peneliti memakai aplikasi Ibis Paint X sebagai media untuk membuat tokoh karakter animasi.

b. FlipaClip

FlipaClip digunakan sebagai media untuk penyatuan gambar yang di jadikan sebagai frame untuk membuat gambar-gambar tersebut menjadi gambar yang dapat bergerak.

c. Capcut

Capcut digunakan sebagai penggabung audio dan penyatuan gambar bergerak serta penambahan teks sehingga menjadikannya sebuah iklan video animasi yang menarik.

Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan iklan ini terdiri dari beberapa format file serta disesuaikan dengan kebutuhan. Seperti video, audio, dan foto/gambar.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat diperlukan dalam tahapan untuk mendapatkan data atau informasi yang berguna untuk yang nantinya akan digunakan pada saat pembuatan iklan video animasi tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Observasi

Agar terkumpul data atau informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan iklan video animasi tersebut. Observasi ini di peroleh dengan menggali dari Instagram @kapalapi_id , dan Channel Youtube @Kapal Api.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara juga dilakukan karena sangat membantu peneliti dalam proses pembuatan iklan video animasi, wawancara ini dilakukan pada saat mata kuliah Multimedia dilakukan yang di ampuh oleh Bapak. Deden Hardan Gutama, S.Kom M.Kom.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data atau informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

4. Perancangan

Pada perancangan iklan video animasi ini mengandung beberapa langkah yang harus dilalui, diantaranya :

i. Pembuatan Storyboard

Langkah pertama kali adalah dengan membuat *storyboard*, sebagai landasan serta alur dari cerita yang akan dijadikan suatu iklan.

ii. Pembuatan tokoh

Pembuatan karakter tokoh animasi dilakukan dengan menggunakan aplikasi Ibis Paint X serta tidak lupa juga pembuatan tokoh animasi harus sekiranya menyatu dengan iklan yang akan disampaikan.

iii. Pembuatan gambar bergerak

Dengan menggunakan FlipaClip, gambar-gambar yang telah terkumpulkan dijadikan sebagai *frame-frame* yang akan dibuat sebagai gambar bergerak.

- iv. Penyatuan video dan audio
Penyatuan video dan audio di lakukan dengan menggunakan aplikasi Capcut, sekaligus sebagai tahap akhir dalam pembuatan iklan video animasi.

5. Implementasi

Hasil dari pembuatan iklan video animasi di implementasikan di sosial media Youtube yang dijadikan representasi bagi peneliti.

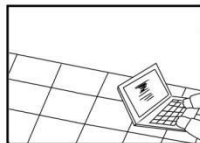
3. RESULTS AND DISCUSSION

A. Concept

Dalam pembuatan video iklan animasi “Kopi Dungjes” ini berkonsepkan pelajar yang tetap mempertimbangkan suasana keseharian yang ceria.

Storyboard

Title: Iklan kopi dungjes



Scene: 1 Sequence: 1 Durasi: 00:03

Keterangan:

Terlihat oman sedang mengerjakan tugas dengan menggunakan laptopnya



Scene: 2 Sequence: 1 Durasi: 00:07

Keterangan:

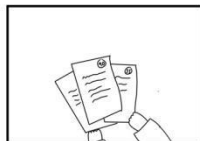
Di tengah saat mengerjakan tugas tersebut sih oman menahan kantuk sampai mengantuk anggutkan kepala nya tetapi oman tidak bisa menahan rasa kantuknya lebih lama dan dia berkata "ahhh aduh ngantuk banget," setelah itu oman pun tertidur



Scene: 3 Sequence: 1 Durasi: 00:10

Keterangan:

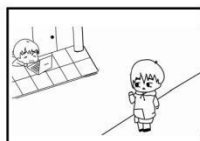
Di tengah tidurnya oman pun bermimpi buruk "hemmm nilai tugas sudah dibagikan, sekaranglah saat yang tepat untuk melihat nilai-nilai dari tugas-tugas ku yang dikumpulkan kemarin"



Scene: 3 Sequence: 2 Durasi: 00:10

Keterangan:

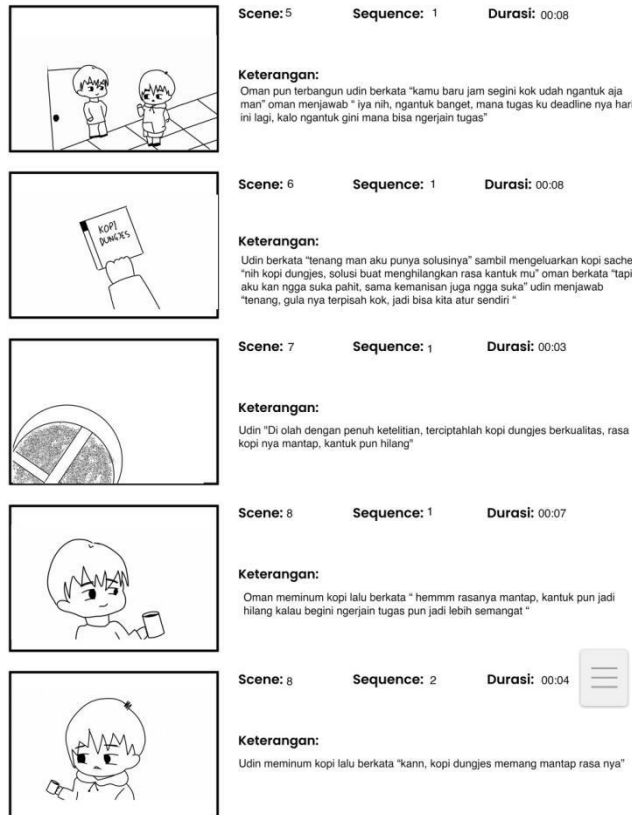
oman pun melihat hasil tugasnya "mana-manaa, mari kita lihat hemmm empat puluh, empat puluh, dan tiga puluh lima. hey nilai yang kudapatkan dapat nilai merah, yang benar saja"



Scene: 4 Sequence: 1 Durasi: 00:05

Keterangan:

Kemudian udin melihat oman yang sedang tertidur. "bukannya itu oman ya" kemudian udin membangunkan oman "man bangun"



Gambar 1. Storyboard Iklan Video Animasi Kopi Dungjes

B. Design

Berikut adalah alur dari perancangan serta editing pada *software*/aplikasi :

Tabel 1. Alur cerita pada video iklan animasi Kopi Dungjes

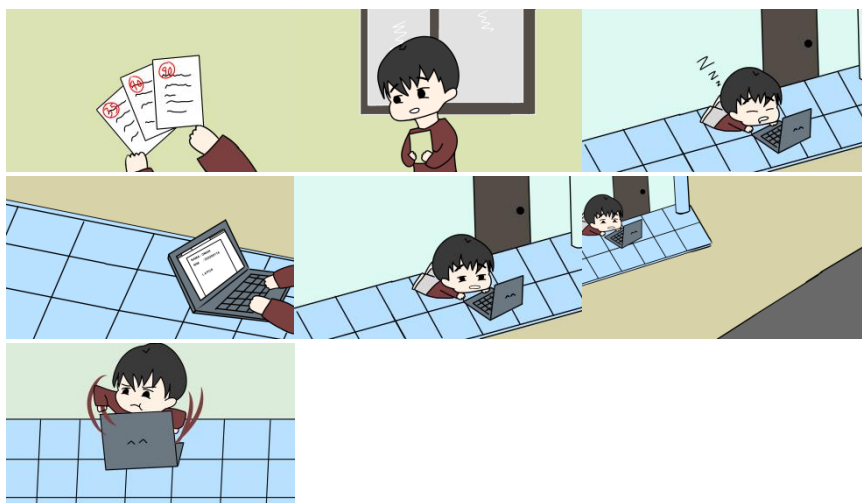
No	Scene
1.	Scene pertama diawali dengan munculnya nama serta nim dari peneliti
2.	Menampilkan tokoh Oman serta diikuti dengan penjelasan dari narrator

3.	Menampilkan tokoh Oman yang sedang mengerjakan tugas hingga tokoh Oman tertidur
4.	Menampilkan teks “beberapa saat kemudian...” yang diikuti dengan suara narrator
5.	Menampilkan tokoh Oman yang sedang bermimpi di tengah tidurnya
6.	Menampilkan tokoh Oman yang sedang melihat hasil tugasnya
7.	Menampilkan tokoh Udin sebagai teman Oman
8.	Menampilkan teks “Udin pun membangunkan Oman yang sedang tertidur di teras rumahnya..”
9.	Menampilkan tokoh Oman dan Udin yang sedang berbincang
10.	Menampilkan produk Kopi Dungjes yang diikuti dengan perbincangan serta penjelasan dari Tokoh Oman
11.	Menampilkan scene pembuatan Kopi Dungjes
12.	Menampilkan footage tokoh Oman yang sedang meminum kopi
13.	Menampilkan footage tokoh Udin yang sedang meminum kopi
14.	Menampilkan logo dari Kopi Dungjes serta diikuti dengan slogan dari narrator
15.	Menampilkan scene tokoh Oman yang semangat sekali mengerjakan tugas dengan sangat cepat

C. Collecting Material

Di bagian ini, peneliti memperlihatkan beberapa bahan berupa foto/gambar yang digunakan sebagai *frame* dalam pembuatan iklan video animasi “Kopi Dungjes”, yang dalam pembuatannya di bantu dengan menggunakan Ibis Paint X.

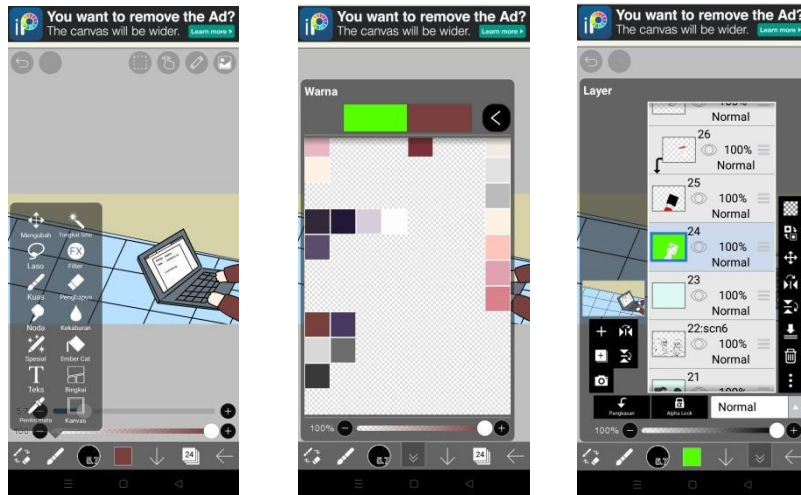




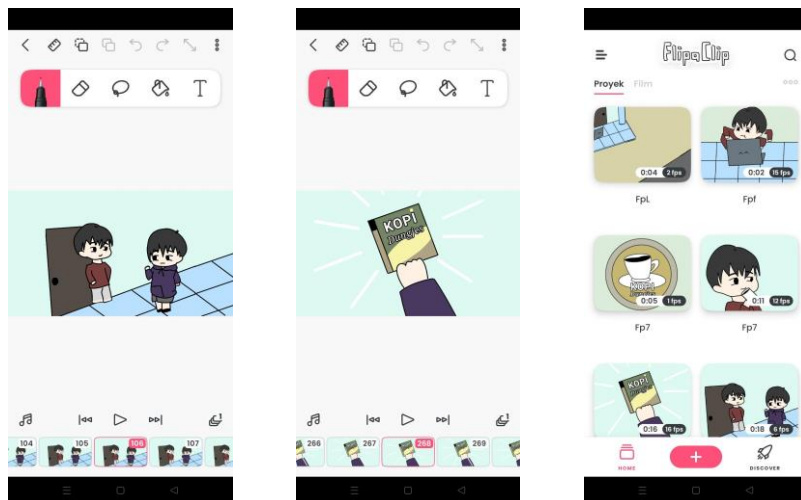
Gambar 2. Bahan foto/gambar yang digunakan pada Iklan Video Animasi Kopi Dungjes

D. Assembly

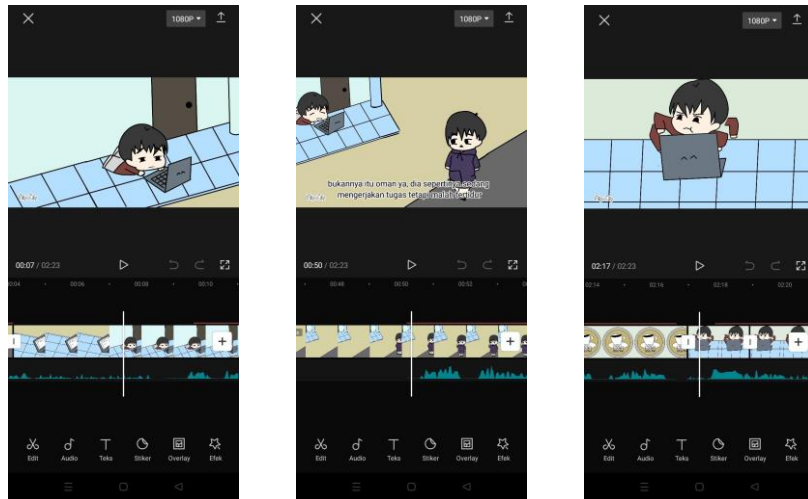
Pada bagian ini peneliti menunjukan proses dari perancangan dan *editing* pada *software/aplikasi* yang mempunyai beberapa bagian diantaranya adalah :



Gambar 2. Dokumentasi proses pembuatan tokoh karakter dan *scene* serta latar di Ibis Paint X



Gambar 3. Dokumentasi proses pembuatan gambar bergerak di FlipaClip



Gambar 4. Dokumentasi *editing* dan proses penggabungan video dengan audio di Capcut

E. Final Result

Hasil final lalu di publikasikan, berikut link untuk bisa mengakses hasil final dari iklan video animasi tersebut.

Link <https://youtu.be/Sy-6ZTM78q8>



Gambar 5. Hasil final dari pembuatan Iklan video animasi

4. CONCLUSION

Dari penelitian pada pembuatan video iklan animasi dengan judul **“Perancangan Iklan Video Animasi sebagai Konten untuk Media Promosi Produk Kopi dengan menggunakan Ibis Paint X, FlipaClip & Capcut”** peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan yang didapatkan. Peluang produk yang dipasarkan melalui iklan yang menarik akan lebih mudah di gemari oleh masyarakat terlebih lagi menggunakan animasi sebagai basisnya. Iklan video animasi 2D ini menyampaikan informasi tentang produk kopi yaitu Kopi Dungjes. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan salah satu produk kopi, yang dimana pembuatannya menggunakan bantuan aplikasi Ibis Paint X, FlipaClip, dan Capcut.

REFERENCES

- [1] Adrian Alexander Suripatty, Yasriel Karunia Ramadhan, “Pembuatan Video Animasi Sebagai Media Promosi Jasa Agen BNI 46 Dengan Menggunakan Adobe Animate Dan Adobe Premiere Pro” ISSN: 2807-5994, Vol 2, No. 1, 2022
- [2] Muhammad Rizal, Butsiarah, Muhammad Ashar Pahany, “Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi STMIK AKBA” ISSN: 2715-3088, Vol 3, No. 1, 2021
- [3] Bias Pratiwi. (2020). *Pengaruh Iklan Bergaya Animasi Terhadap Konsumen Produk Biskuit Khong Guan* [online]. Available: https://www.academia.edu/43284476/PENGARUH_IKLAN_BERGAYA_ANIMASI_TERHADAP_KONSUMEN_PRODUK_BISKUIT_KHONG_GUAN?source=swp_share
- [4] Anung Rachman, “Model Iklan Layanan Masyarakat Berbasis Animasi” ISSN 1693-7724, Vol 5, No. 2, 2008
- [5] Munir, “Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan” Bandung : Alfabeta, 2013
- [6] Priyanto Hidayatullah, Amarullah Akbar, M. Zaki Rahim, “Animasi Pendidikan Menggunakan Flash” Bandung : Informatika, 2011
- [7] Rachman, Abdul, “*Dasar-dasar Penyiaran*”, Pekanbaru, Witra Irzani, 2009.