

Perancangan Film Animasi Pendek Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Rudang Hotel and Resort)

Short Animated Film Design as Promotional Media (Case Study of Rudang Hotel and Resort)

Surya¹, Yunita Sari Siregar², Nur Wulan³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Harapan Medan

E-mail: ¹muhammadsuryaalam5@gmail.com, ²yunitasarisiregar1990@gmail.com,

³nurwulan.unhar@gmail.com,

Abstrak

Perkembangan dunia animasi secara masif sejak tahun 2000an menunjukkan bahwa animasi lokal belum mampu menyaingi eksistensi animasi luar. Perkembangan teknologi informasi mendorong lahirnya media promosi yang semakin menarik, kreatif, dan inovatif, seperti media promosi dalam bentuk animasi. Penelitian ini dilakukan dengan merancang video animasi iklan promosi Hotel dan *Resort*. Dalam pembuatan video animasi iklan promosi Hotel dan *Resort* Rudang menggunakan aplikasi Adobe Animate peneliti menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) yaitu menggunakan *use case diagram* dan *activity diagram*. Dalam merancang animasi ada 3 tahap yang harus dilakukan yaitu Tahap Pra-Produksi, Tahap Produksi dan Tahap Pasca Produksi. Animasi iklan mengenai Hotel dan *Resort* Rudang menggunakan software Adobe Animate dan dibuat menjadi animasi 2 dimensi. Perancangan iklan promosi tentang Hotel dan *Resort* Rudang terdiri dari rancangan teks, studio, animasi, dan suara untuk mengajak masyarakat lebih mengenal Hotel dan *Resort*. Dengan adanya iklan promosi ini diharapkan pihak hotel dan resort akan mendapatkan keuntungan dengan menarik perhatian masyarakat. Sebagai rekomendasi, bagi pembaca, semoga skripsi ini dapat menjadi referensi bagi perancangan iklan promosi skripsi ini meliputi perancangan dan analisis sistem untuk membuat iklan promosi. Bagi Hotel dan *Resort* Rudang dapat memanfaatkan iklan promosi ini sebaik-baiknya.

Kata kunci: Video, Promosi, Animasi, Hotel, Resort Rudang.

Abstract

The massive development of the animation world since the 2000s shows that local animation has not been able to compete with the existence of foreign animation. The development of information technology encourages the birth of promotional media that are increasingly attractive, creative, and innovative, such as promotional media in the form of animation. This research was conducted by designing an animated promotional video for hotels and resorts. In making animated promotional videos for Rudang Hotels and Resorts using the Adobe Animate application, researchers used UML (Unified Modeling Language), namely use case diagrams and activity diagrams. In designing animation there are 3 stages that must be done, namely the Pre-Production Stage, Production Stage and Post-Production Stage. Animated advertisements about Rudang Hotels and Resorts using Adobe Animate software and made into 2-dimensional animation. The design of promotional advertisements about Rudang Hotels and Resorts consists of text, studio, animation, and sound designs to invite the public to know more about Hotels and Resorts. With this promotional advertisement, it is hoped that hotels and resorts will benefit by attracting

public attention. As a recommendation, for readers, I hope this thesis can be a reference for the design of promotional advertisements. This thesis includes the design and analysis of systems for making promotional advertisements. Rudang Hotels and Resorts can take advantage of this promotional advertisement as well as possible.

Keywords: *Video, Promotion, Animation, Hotel, Resort Rudang*

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan internet saat ini sangat membantu dalam kehidupan manusia. Melalui bantuan internet dapat memungkinkan seorang individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya tanpa ada batasan jarak. Hadirnya kemajuan teknologi ini banyak orang menggunakan internet untuk berbagai kebutuhan. Internet dapat digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti hiburan, permainan, informasi, serta dapat juga sebagai media promosi [1]. Berbagai macam media informasi yang disajikan dalam era sekarang ini makin beragam dengan variasi tampilan yang sangat banyak. Meruntut dari berbagai jenis media informasi, baik dalam bentuk gambar 2 dimensi, dalam media suara (audio), tampilan video, ataupun animasi 3 dimensi. Sangat menarik untuk disajikan guna kepentingan penyampaian informasi apakah itu untuk keperluan komersial maupun nonkomersial [2]. Animasi saat ini bisa ditemukan dan digunakan dalam berbagai hal dan cabang keilmuan. Animasi bisa dibuat berupa film, kebutuhan komersil, serial, dan video musik. Pada umumnya terdapat dua jenis animasi yang diketahui saat ini yaitu animasi tiga dimensi dan dua dimensi. Dunia animasi mulai berkembang secara masif sejak tahun 2000-an hingga saat ini. Dalam rentang waktu tersebut, anak-anak disuguhi tontonan animasi yang berasal dari luar Indonesia. Animasi buatan luar seperti Upin & Ipin, Naruto, dan Spongebob Squarepants masih eksis sampai sekarang. Walaupun terdapat beberapa animasi buatan lokal yang pernah tayang di televisi, hal itu belum mampu menyaingi animasi luar baik dari segi jumlah dan peminatnya. Animasi yang mengangkat kebudayaan lokal sebenarnya ada dan dapat ditemukan pada *platform* seperti Youtube dan Instagram. Namun karena dari segi produksi masih skala individu, maka animasi ini masih kurang dikenal. Sejauh ini belum ada animasi lokal yang mengangkat atau terinspirasi dari budaya, unsur kedaerahan dan kesenian yang ada di Indonesia kemudian sukses di pasaran [3]. Media promosi adalah alat yang digunakan untuk memperkenalkan atau menawarkan suatu produk, jasa, ataupun perusahaan agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat seperti halnya pada pembuatan promosi light novel [4] serta pada PT Tirta Karya Buana [5], mereka menggunakan animasi sebagai media untuk mempromosikan produk dan usaha mereka. Sebelum adanya teknologi informasi yang canggih seperti saat ini, promosi dilakukan dengan cara penyampaian dari mulut ke mulut. Seiring perkembangan zaman, mulai muncul media promosi seperti koran, poster, majalah, brosur, katalog, *flyer*, booklet, kartu nama, spanduk, *banner*, pamflet, *billboard*, iklan TV, radio, dan lain-lain. Media-media ini cukup efektif digunakan sebagai media promosi, namun tentunya mempunyai kelebihan dan

kekurangan masing-masing. Semakin berkembangnya teknologi informasi, berkembang juga media promosi yang semakin menarik, kreatif, dan inovatif, seperti media promosi dalam bentuk animasi. Sebagian besar, dalam Animasi Promosi menggunakan tampilan visual yang sederhana, informasi dengan teks yang jelas, dan penambahan karakter animasi berupa karikatur guna menambah tampilan animasi menjadi lebih menarik.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu, sebuah kegiatan penganalisaan serta mengevaluasi hasil penelitian dan mengumpulkan buku buku serta jurnal-jurnal dan sumber yang dianggap penting dan ada hubungannya dengan penulisan tugas akhir untuk menguatkan ide dan pemikiran peneliti.

b. Observasi

Observasi yaitu, suatu langkah yang akan dilakukan. Pada penelitian ini dilakukan data untuk digunakan sebagai bahan dalam perancangan film animasi pendek sebagai media promosi Hotel dan Resort Rudang.

c. Analisis Dan Perancangan

Analisis dan perancangan sistem yaitu, menganalisis permasalahan-permasalahan yang akan diteliti dan perancangan secara rinci tentang apa saja yang akan dilakukan serta bagaimana cara penyajiannya. Pada tahap ini dilakukan pembuatan ilustrasi, storyboard, animasi serta beberapa Langkah lainnya sehingga terbentuk film animasi pendek sebagai media promosi Hotel dan Resort Rudang.

2.2 Tahapan Perancangan

Dalam merancang animasi ada 3 tahap yang harus dilakukan yaitu Tahap Pra-Produksi, Tahap Produksi dan Tahap Pasca Produksi. Berikut tahapan-tahapan yang akan dilalui untuk merancang dan memproduksi animasi.

2.2.1. Tahap Pra-Produksi

Tahap Pra-produksi merupakan tahap yang paling awal dalam pembuatan animasi[6], adapun bagian-bagian dalam tahapan pra-produksi antara lain yaitu penetapan ide, penuangan ide dalam bentuk naskah (*script*), dan pembuatan *storyboard*.

A. Ide cerita

Ide cerita adalah sebuah rancangan yang terbentuk dari sebuah penyelesaian masalah yang telah disusun sehingga terbentuklah sebuah cerita yang utuh. Dalam pembuatan animasi ide cerita merupakan elemen penting yang harus ada, dikarenakan ide cerita adalah sumber rancangan alur cerita dalam sebuah animasi. Ide cerita dalam pembuatan video animasi iklan promosi Hotel Rudang dan Resort menggunakan Adobe Animate diawali dengan menampilkan 3 orang yang akan berlibur ke Hotel dan dilanjutkan dengan gambaran Hotel dan resort tersebut, penjelasan seputar Hotel dan Resort dan fasilitas apa saja yang ditawarkan.

B. Naskah (*Script*) / Skenario

Skenario merupakan sebuah naskah cerita yang dapat menguraikan urutan setiap adegan yang akan dibuat, perpindahan tempat dan keadaan, dan sebuah dialog dengan artikulasi yang diucapkan cukup jelas. Naskah cerita harus dibuat cukup dramatik dengan fungsi sebagai petunjuk kerja dalam pembuatan sebuah film.

C. Storyboard

Storyboard adalah sebuah teknik shooting management [7]. Disini dibuat daftar pengambilan gambar pada setiap adegan, dan divisualisasikan dalam bentuk sketsa gambar atau storyboard jika diperlukan. Storyboard merupakan gabungan beberapa ilustrasi berupa animasi, suara, gambar, teks, grafik, dan interaksi berurutan yang nantinya akan menampilkan bagaimana output yang akan ditampilkan oleh perangkat lunak berdasarkan input yang diberikan oleh aktor [8]. Berikut adalah storyboard dari pembuatan video animasi iklan pengenalan Hotel dan Resort Rudang.

2.2.2. Tahap Produksi

Tahap produksi ini merupakan tahapan yang telah direncanakan untuk dikerjakan dengan tujuan menghasilkan suatu hasil akhir yang diinginkan [6]. Pada tahap produksi ini, semua proses produksi seperti pembuatan video animasi mulai dari awal hingga video animasi dapat diselesaikan. Proses ini dimulai dari pembuatan desain ilustrasi karakter dan objek yang akan dijadikan gambar yang nantinya akan dianimasikan, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan animasi dan beberapa proses lain yang diperlukan agar hasil akhir dari video animasi tersebut dapat diselesaikan. Berikut adalah tahapan-tahapan produksi dalam pembuatan video animasi iklan promosi pengenalan Hotel dan Resort menggunakan Adobe Animate.

A. Penganimasian Objek Dan Karakter

Animasi adalah perubahan dari satu gambar ke gambar lainnya sehingga tercipta suatu manipulasi gerak. Menganimasikan suatu objek dan karakter akan menghasilkan jalan cerita yang ingin dicapai dengan menerapkan metode manipulasi gerak. Pada tahap ini, semua objek dan karakter yang telah didesain oleh peneliti menggunakan Adobe Illustrator selanjutnya akan dianimasikan menggunakan Adobe Animate. Berikut adalah penganimasian karakter yang

dilakukan peneliti dalam pembuatan video animasi iklan promosi pengenalan Hotel dan Resort Rudang.

2.2.3. Tahap Pasca Produksi

Pada tahap ini semua ilustrasi dan animasi yang telah dirancang dan diekspor kemudian akan diedit menjadi video dan diberi suara dan efek hingga akhirnya video tersebut dirender dan siap untuk dipublikasikan[6]. Pada tahap ini untuk editing video serta pemberian sound peneliti menggunakan aplikasi Adobe Animate.

A. Editing Video

Pada proses ini peneliti meng import seluruh animasi serta objek dan karakter ilustrasi yang sudah melewati tahap desain kedalam Adobe Animate. Beberapa animasi serta ilustrasi tersebut akan diedit serta diberikan efek agar menjadi sebuah video yang menarik.

B. Pemberian Suara

Pada tahap ini animasi yang sudah ada akan diberi suara. Untuk proses pemberian sound ini peneliti meng import file ke dalam aplikasi Adobe Animation.

C. Mixing Audio Dan Sound

Pada tahap ini peneliti akan melakukan mix yaitu kombinasi audio dari animasi dengan suara yang akan digunakan dalam sebuah video. Proses pencampuran audio dan suara dalam pembuatan video sangatlah penting, karena peneliti harus memperhatikan volume antara audio dan suara agar seimbang agar informasi yang ingin disampaikan tidak terhalang oleh suara yang terlalu keras.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tampilan Video Pembuka Rudang Hotel dan Resort

Video pembuka ini merupakan tampilan yang muncul pertama kali pada saat video iklan pengenalan ini dijalankan. Video tampilan pembuka direkam menggunakan drone, di scene menampilkan seluruh kawasan yang ada di hotel dan resort tersebut. Hotel dan resort Rudang ini terletak di Berastagi tepatnya di depan Bukit Kubu. Tampilan *video* pembuka ini dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Tampilan Pembuka Video Iklan

3.2 Tampilan Video Awal Mula Ke Rudang Hotel dan Resort

Pada bagian ini ada 3 mahasiswa yang ingin berlibur ke Rudang Hotel dan Resort. Scene ini adalah percakapan yang akan membawa cerita pada film animasi kepada subjek yang akan di promosikan, yaitu hotel dan resort Rudang. Ada 3 mahasiswa yang ingin berlibur ke hotel dan resort Rudang.



Gambar 12. Tampilan Parkiran Universitas Harapan Medan

Scene bertujuan untuk memberitahu kalau ketiga karakter tersebut sudah sampai di hotel dan resort Rudang. Scene ini direkam menggunakan hand phone realme GT, lokasi perekaman berada di parkir depan resort Rudang.



Gambar 13. Tampilan 3 Mahasiswa yang telah sampai tujuan

3.3 Tampilan Scene Pengenalan Kamar dan Fasilitas Hotel dan Resort

Pada bagian ini 3 Mahasiswa ingin diperkenalkan semua jenis kamar dan fasilitas apa saja yang ada di Rudang Hotel dan Resort. Scene ini bertujuan untuk memberi tahu pemirsa/penonton tentang fasilitas yang didapatkan pada setiap kamar serta resepsionis memberitahukan harga tiap-tiap kamar.



Gambar 14. Tampilan Lobby

Scene ini bertujuan untuk menjelaskan *Sweet Room* hotel Rudang serta apa saja fasilitas fasilitas yang berada di kamar tersebut, kamar ini mempunyai 2 jenis, *large bed, twin bed*. Dilengkapi dengan 1 televisi, *private bathroom, shower*, dan lemari yang besar sehingga bisa menaruh barang walaupun banyak, dan fasilitas luar yaitu kolam renang, 2 makan pagi, dan wifi gratis.



Gambar 15. Tampilan Kamar Sweet Room

Di dalam scene ini customer ingin melihat kamar selanjutnya yang berada di resort, yaitu kamar delux room. Scene ini bertujuan untuk menjelaskan apa saja fasilitas fasilitas yang berada di kamar tersebut, kamar ini mempunyai 2 jenis, *large bed, twin bed*. Dilengkapi dengan 1 televisi, *private bathroom, shower*, dan lemari yang besar sehingga bisa menaruh barang walaupun banyak, dan fasilitas luar yaitu kolam renang, 2 makan pagi, dan wifi gratis. .



Gambar 16. Tampilan Delux Room

Scene selanjutnya adalah info sosial media Rudang Hotel Berastagi jika penonton berminat untuk menginap bisa menghubungi mereka melalui sosial media yang tersedia.



Gambar 17. Info Sosial Media Rudang Hotel Berastagi

Scene Terakhir adalah logo dari Hotel Resort Rudang, sebagai penutup film animasi pendek promosi Rudang Hotel dan Resort.



Gambar 18. Logo Hotel Resort Rudang

4. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil penulis setelah merancang dan menyelesaikan film animasi pendek promosi Rudang Hotel dan Resort, yaitu Animasi iklan mengenai Hotel dan Resort Rudang menggunakan *software* Adobe Animate dan dibuat menjadi animasi 2 dimensi. Perancangan iklan promosi tentang Hotel dan Resort Rudang terdiri dari rancangan teks, studio, animasi, dan suara untuk mengajak masyarakat lebih mengenal Hotel dan Resort. Film animasi ini diharapkan mampu menjadi sebuah sarana promosi bagi Rudang Hotel dan Resort serta mampu meningkatkan *branding* hotel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. S. Media and J. N. Visual, "Komik sebagai sarana komunikasi promosi dalam media sosial," vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2019.
- [2]. M. Devega, "PERANCANGAN ANIMASI ROBOT 3D SEBAGAI SARANA PROMOSI," vol. 11, no. 02, pp. 103–111, 2019.
- [3]. B. A. Antriksa, G. Pasek, P. Adnyana, G. Lingga, and A. Kusuma, "PERANCANGAN ANIMASI PENDEK DAN MEDIA PROMOSI 'BASWARA,'" vol. 1, no. 2, pp. 60–68, 2020.
- [4]. B. Sudrajat, "Perancangan Animasi untuk Media Promosi Light Novel," vol. 6, no. April, pp. 113–123, 2022.
- [5]. K. M. Ariyanto, A. Zainudin M. N, and A. Aulia Fajar, "Media Promosi Animasi Motion Graphic Pada Pt.Tirta Karya Buana," MAVIB J., vol. 1, no. 2, pp. 155–164, 2020, doi: 10.33050/mavib.v1i2.1068.
- [6]. J. A. Muda, "20 20 722-4414," no. 51.
- [7]. M. Budiarto, U. Bella, and N. Yuliani, "Media Promosi Dan Informasi Pada PT. Gardena Karya Anugrah Berbentuk Video Company Profile," *Cices*, vol. 4, no. 2, pp. 217–227, 2018, doi: 10.33050/cices.v4i2.527.
- [8]. A. T. Wahyuningsih and W. A. Kusuma, "Elisitasi Kebutuhan Pengguna Menggunakan Metode Storyboard," vol. 6, no. 2, pp. 368–374, 2021.