

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Menurut Widya Kusuma (2021), Media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Fungsi dari media informasi sendiri ialah untuk menunjang informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Melalui media, informasi yang akan disampaikan akan lebih efektif dan cepat. Apalagi sekarang jaman modern serba modern. Banyak alat akan memudahkan untuk mempromosikan berita. Kini informasi yang diperoleh masyarakat tidak hanya melalui media cetak yang harus dibeli terlebih dahulu seperti koran, tetapi juga dapat diperoleh dari televisi yang menayangkan beberapa siaran berita setiap harinya. Baik itu dalam negeri atau luar negeri.

Menurut Tysara (2021), Media adalah alat untuk menyampaikan pesan dan informasi. Peran media begitu beragam dan menjadi sangat krusial seiring dengan perkembangan zaman. Jenis-jenis media tersebut adalah visual, audio, audio visual, dan *multimedia*. Jenis-jenis tersebut menjadikan media indera sebagai bentuk perantara yang dapat digunakan untuk mempengaruhi indera pendengaran, penglihatan, perabaan, atau kombinasinya. Selain mempengaruhi indera, media adalah alat yang fungsi utamanya adalah pikiran, minat, perhatian, persetujuan, persetujuan, dan pengetahuan. Media memainkan peran yang sangat penting dalam pendidikan, bisnis, dan seni

2.2 Media Promosi

Menurut Gede (2019), promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian..

Tujuan dari promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Tidak juga sekedar

berkomunikasi tapi dari komunikasi itu mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk (Setiawan, 2020).

2.3 Animasi

Menurut Wahyu Tri Widadijo (2020), Animasi berasal dari kata *anima* yang berarti membuat sesuatu menjadi memiliki sifat-sifat seperti hidup. Animasi dalam pengertian sebagai salah satu bentuk teknik film berarti membuat gambar, model, atau bentuk lain menjadi terkesan hidup. Cara yang dipakai adalah dengan menyusun rangkaian sejumlah gambar diam berupa *frame* secara linear dalam urutan tertentu, kemudian memainkan rangkaian gambar tadi secara simultan dengan kecepatan tertentu dalam sebuah layar sehingga memunculkan kesan gerak.

Dalam bukunya, Wright (2018) menjelaskan bahwa animasi berasal dari kata *animate* dalam bahasa Inggris dan *animate* dalam bahasa Latin yang artinya memberi kehidupan, sehingga animasi merupakan kumpulan gambar yang dibuat menjadi hidup. Animasi adalah teknik memotret pergerakan gambar atau boneka untuk menciptakan ilusi gerak. Selain itu animasi juga merupakan teknik memanipulasi gambar secara digital untuk menciptakan gambar yang bergerak.

Menurut Partono Soenyoto (2018), animasi merupakan suatu disiplin ilmu yang memadukan unsur seni dengan teknologi. Sebagai disiplin ilmu seni ia terikat dengan aturan atau hukum dan dalil yang mendasari keilmuan itu sendiri, yaitu prinsip animasi.

2.4 Prinsip Dasar Animasi

Animasi memiliki dua belas prinsip utama yaitu *squash and stretch*, *anticipation*, *staging*, *straight ahead action and pose to pose*, *follow through and overlapping action*, *slow in and slow out*, *arc*, *secondary action*, *timing and spacing*, *exaggeration*, *solid drawing*, *appeal* (Tri Widadijo, 2020). Dua belas prinsip ini diharapkan dapat menghasilkan animasi yang realistis bila digunakan oleh para *animator*. Walau memang pada awalnya prinsip-prinsip diciptakan untuk animasi tradisional, tetapi prinsip-prinsip ini tetap dapat digunakan untuk teknik-teknik animasi lainnya.

1. *Squash and stretch*

Prinsip *Squash and stretch* menyatakan bahwa ada saat di mana benda ketika bergerak akan mengalami perubahan bentuk menjadi gepeng (*squash*) dan di saat yang lain menjadi meregang (*stretch*). Prinsip ini memiliki tujuan untuk memberi kesan jenis bahan dan fleksibilitas benda. Sebagai contoh adalah bola karet yang memantul di lantai (Tri Widadijo, 2020).

Penggunaan *squash and stretch* dapat memberikan efek lentur pada objek. *Squash and stretch* dapat memperlihatkan berat serta fleksibilitas dari objek dan yang ada. Efek ini memberikan kesan sehingga objek seakan-akan menyusut atau memuai. Hal ini memberikan ilusi sehingga bendak hidup bisa tampak lebih dinamis. Di sisi lain, penggunaan *squash and stretch* pada benda mati bisa memunculkan kesan hidup.

2. *Anticipation*

Prinsip animasi *anticipation* bisa juga dianggap sebagai sebuah persiapan atau awalan gerak (ancang-ancang). Contohnya, ketika seseorang bangkit dari posisi duduk maka akan ada gerakan membungkukkan badannya terlebih dahulu sebelum benar-benar berdiri tegak (Tri Widadijo, 2020).

3. *Staging*

Prinsip *Staging* lebih berhubungan dengan teknik komposisi dan *layout*. Prinsip ini menyatakan bahwa tiap elemen / aset *visual* dalam tiap potongan adegan (*cut*) dalam film animasi harus dilayout sedemikian sehingga membentuk komposisi yang tepat. Komposisi yang tepat bisa menampilkan *focal point* dan *balance* atau *blocking* adegan yang menarik untuk dilihat (Tri Widadijo, 2020).

4. *Straight ahead action and pose to pose*

Prinsip ini berkaitan dengan teknik menggambar dalam setiap *frame* yang dikerjakan oleh *animator*. Teknik *straight ahead* biasa dipakai untuk menggambar *frame* animasi yang bersifat ekspresif, spontan dan langsung. *Animator* menggambar *frame* demi *frame* dimulai dari *frame* pertama hingga *frame* terakhir dari gerakan yang ingin dihasilkan. Animasi gerakan selembur daun kering yang melayang tertiuip angin bisa dikerjakan dengan prinsip *straight ahead action*.

Sementara itu sebuah gerakan yang dirancang dan lebih terencana bisa dikerjakan dengan berpedoman pada prinsip *pose to pose action*. Teknik yang biasa dipakai adalah dengan mengawali membuat beberapa gambar kunci (*key frame = key pose*) dan diteruskan dengan membuat banyak gambar pengisi (*inbetween*) di antara gambar kunci (Tri Widadijo, 2020).

5. *Follow through and overlapping action*

Prinsip ini pada hakikatnya mengadopsi hukum fisika Newton. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kesan gerak yang natural. Prinsip *follow through and overlapping action* menyatakan bahwa benda yang bergerak kemudian tiba-tiba berhenti akan meneruskan gerak sebelumnya pada arah yang sama. Sebagai contohnya, mobil yang melaju cepat ke depan dan tiba-tiba direm akan menyebabkan penumpang di dalamnya akan bergerak mengayun ke depan (Tri Widadijo, 2020).

6. *Slow in and slow out*

Prinsip ini pada hakikatnya juga mengadopsi hukum fisika Newton agar kesan gerak yang dihasilkan tetap natural. Prinsip *slow in and slow out* menyatakan bahwa setiap benda yang bergerak akan mengalami percepatan dan perlambatan (Tri Widadijo, 2020).

7. *Arcs*

Prinsip ini menyatakan bahwa hampir semua benda bergerak membentuk lintasan gerak melengkung. Hal ini disebabkan karena ada tumpuan dan atau poros gerak benda. Sebagai contoh, misalnya, bola yang ditendang akan bergerak melayang membentuk lintasan melengkung (parabola) sampai dia jatuh ke tanah. Contoh lain adalah gerak anggota tubuh yang memiliki sendi sebagai poros gerak (Tri Widadijo, 2020).

8. *Secondary action*

Prinsip ini dikembangkan berdasar asumsi bahwa hampir tidak ada gerakan tunggal ketika seseorang melakukan suatu kegiatan atau aksi. Tujuannya adalah agar gerakan yang muncul terkesan lebih hidup. Prinsip ini memang lebih banyak

diaplikasikan pada animasi karakter. Seseorang yang sedang berjalan bisa saja dianimasikan sambil bersiul (Tri Widadijo, 2020).

9. *Timing*

Timing merupakan prinsip yang sangat penting di dalam animasi. Prinsip *Slow in - Slow out* dan prinsip *straight ahead action – pose to pose action*, serta prinsip *follow through and overlapping action* yang diuraikan di atas sangat tergantung dari pengaturan *timing*. Prinsip ini menjadi acuan untuk mengatur durasi terjadinya suatu gerakan dan durasi percepatan-perlambatan gerakan (Tri Widadijo, 2020).

10. *Exaggeration*

Prinsip *exaggeration* adalah teknik melebih-lebihkan tampilan *visual* dan kesan gerakan dalam animasi tanpa mengurangi aspek natural suatu gambar atau gerakan. Gambar dan gerakan mungkin tampak menjadi lebih karikatural namun tetap masuk akal (Tri Widadijo, 2020).

11. *Solid Drawing*

Setiap *frame* dalam animasi harus dikerjakan sungguh-sungguh dengan *skill* yang bagus yang mesti dimiliki oleh *animator*. Prinsip ini menyatakan bahwa gambar dalam animasi, apapun tekniknya, mesti ditampilkan dengan kualitas bagus (Tri Widadijo, 2020).

12. *Appeal*

Prinsip ini paling sulit diaplikasikan, karena menuntut pemahaman yang komprehensif atas naskah, desain karakter, *storyboard*, dan *animator* sendiri dalam menghidupkan karakter dalam film. Prinsip ini menyatakan bahwa karakter dan suasana dalam film animasi harus benar-benar terlihat hidup sehingga penonton bisa “terbawa” masuk dalam plot (Tri Widadijo, 2020).

2.5 *Motion graphic*

Menurut Anggraini (2018), *motion graphic* atau motion grafis merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain animasi yang berbasis pada media *visual* yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, dengan

memasukkan elemen yang berbeda-beda seperti 2D atau 3D. Media yang dimasukkan berupa still image atau gambar diam, dengan format gambar bitmap maupun vektor, dan data video maupun audio.

Menurut Stone dan Wahlin (2018), Para professional berbondong-bondong mencari cara untuk membuat identitas baru yang lebih baik. Hal ini berhubungan dengan atensi yang meningkat kepada identitas brand dimasa kontemporer ini dan juga kemampuan motion dalam meraih audience lebih, menceritakan *brand*, dan mempromosikan kalimat. *Motion* tidak hanya memberikan makna, namun juga menjadi hal penting untuk mendefinisikan identitas *brand*.

Motion graphic merupakan gabungan dari potongan elemen-elemen desain/animasi yang berbasis pada media visual yang menggabungkan bahasa film dengan desain grafis, dengan memasukkan elemen yang berbeda-beda seperti 2D atau 3D. Media yang dimasukkan berupa *still images* atau gambar diam, dengan format gambar *bitmap* maupun *vector*, dan data video maupun (Alatas, 2020).

2.6 Perangkat Lunak (*Software*) yang Digunakan

Dalam membuat video profil berbasis *motion graphic* ini ada beberapa jenis perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan, antara lain:

1. *Adobe Photoshop*

Adobe Photoshop adalah perangkat lunak *editor* citra buatan *Adobe Systems* yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh *fotografer digital* dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolah gambar/foto, dan, bersama *Adobe Acrobat*, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh *Adobe Systems* (*Adobe Systems Incorporated*, 2021). Dalam pembuatan animasi video profil, *Adobe Photoshop* juga digunakan dalam melakukan proses *design illustration*.



Gambar 2.1 *Logo Adobe Photoshop*

(Sumber: www.adobe.com)

2. *Adobe Illustrator*

Adobe Illustrator adalah software grafis vektor standar industri yang digunakan di seluruh dunia oleh desainer dari semua jenis yang ingin membuat grafis digital, ilustrasi, dan tipografi untuk semua jenis media: cetak, web, interaktif, video, dan mobile (*Adobe Systems Incorporated, 2021*). Dalam pembuatan animasi video profil, *Adobe Illustrator* juga digunakan dalam melakukan proses *design illustration*.



Gambar 2.2 *Logo Adobe Illustrator*

(Sumber: www.adobe.com)

3. *Adobe After Effect*

Adobe After Effects adalah animasi industri terkemuka dan perangkat lunak compositing kreatif yang digunakan oleh berbagai *motion graphic* dan seniman efek visual. Menawarkan kontrol yang unggul, banyak pilihan kreatif, dan integrasi dengan aplikasi pasca-produksi lainnya (*Adobe Systems Incorporated, 2021*).

Dalam pembuatan animasi video profil, *Adobe After Effects CC 2019* digunakan dalam melakukan proses animasi.



Gambar 2.3 Logo Adobe After Effect

(Sumber: www.adobe.com)

4. *Adobe Premiere Pro*

Adobe Premiere adalah *software* yang menggabungkan kinerja yang luar biasa dengan rapi, antarmuka yang berubah dan sejumlah fitur kreatif baru yang fantastis, termasuk didalamnya *Warp Stabilizer* untuk menstabilkan footage, timeline trimming yang dinamis, multicam editing yang diperluas, adjustment layers, dan banyak lagi (*Adobe Systems Incorporated*, 2021). Dalam pembuatan animasi video profil, *Adobe Premiere Pro CC 2019* digunakan dalam melakukan proses *editing*.



Gambar 2.4 Logo Adobe Premiere Pro

(Sumber: www.adobe.com)

2.7 Metode Pengembangan Villamil-Molina

Menurut Syarifah (2020), Metode pengembangan Villamil-Molina akan berhasil dikerjakan dalam penelitian, jika mampu membuat perancangan yang baik, serta mampu menguasai teknologi *multimedia* dan manajemen produksi yang baik. Tahapan selanjutnya dari metode ini akan dikerjakan apabila tahapan sebelumnya sudah selesai dikerjakan. Metode ini memberikan gambaran organisasi pengembangan *multimedia*. Metode ini juga terdiri dari beberapa tahapan dalam pengembangan *multimedia* yaitu *Development*, *Pro-Production*, *Production*, *Post-Production*, dan *Delivery*.

1. *Development*

Pada tahap *development* konsep perancangan aplikasi *multimedia* akan dimulai pengembangannya berdasarkan ide yang telah ditentukan. Setelah ide ditentukan maka tahap selanjutnya yaitu menentukan tujuan dan sasaran serta kepastian jaminan pembiayaan produk.

2. *Preproduction*

Pra-Production adalah tahapan awal dalam perencanaan pembuatan *multimedia* yaitu dengan membuat naskah, *storyline* dan pembuatan storyboard.

3. *Production*

Dalam tahapan ini berisi uraian proses produksi dari pengembangan yang terdiri dari animasi (*animating*), *editing*, dan *rendering* sebuah produk *multimedia* sehingga menjadi sebuah produk utuh yang siap untuk dilakukan tahap pengujian.

4. *Post Production*

Post-Production adalah pengembangan produk *multimedia* memasuki tahapan pengujian alfa dan beta. Namun pengujian terlebih dahulu melakukan evaluasi dengan memperhatikan aspek-aspek yang ditentukan.

5. *Delivery*

Tahap *delivery* merupakan tahap akhir dari pengembangan produk. *Delivery* dapat menggunakan beberapa cara, yaitu melakukan pengemasan

produk, melakukan presentasi individual atau kelompok, dan publikasi produk melalui internet. Pengemasan produk dapat dikemas melalui CD/DVD dan publikasi produk melalui internet dapat dilakukan pada berbagai sosial media online. Semua tahapan ini memerlukan perhatian khusus, terutama dalam kaitannya logistik pengiriman

2.8 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar (Ismail & Albahri, 2019). Caranya dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis secara terstruktur kepada responden berkaitan dengan tanggapannya terhadap berbagai variabel yang diteliti (Muchlis, Christian, & Sari, 2019).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Jenis-jenis pertanyaan pada kuesioner dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Pertanyaan Terbuka

Pertanyaan-pertanyaan yang memberi pilihan-pilihan respons terbuka kepada responden. Respons yang diterima harus bisa diterjemahkan dengan benar.

2. Pertanyaan Tertutup

Pertanyaan-pertanyaan yang membatasi atau menutup pilihan-pilihan respons yang tersedia bagi responden.

2.9 Skala Likert

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Bahrun, Alifah, & Mulyono, 2018). Terdapat dua bentuk pertanyaan dalam skala likert, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5.

Tabel 2.1 Pengertian dan Batasan Skala Likert

Skala	Keterangan	Pengertian dan Batasan
1	Sangat Tidak Setuju/ Sangat tidak baik	Apabila responden tidak menyetujui pernyataan 100%
2	Kurang Setuju/ Kurang baik	Apabila responden menyetujui sebagian kecil dari pernyataan atau maksimal 30% dari pernyataan yang sesuai dengan harapan
3	Netral / Cukup baik	Apabila responden menyetujui 50% atau ragu-ragu antara sangat baik/setuju dengan sangat tidak setuju/baik
4	Setuju / baik	Apabila responden menyetujui sebagian besar dari pernyataan atau pada kisaran 70% sampai 90% pernyataan sesuai dengan harapan
5	Sangat Setuju / Sangat baik	Apabila responden menyetujui penuh dari pernyataan, bahkan lebih dari yang diharapkan oleh responden atau lebih dari 91% atau lebih dari 100% harapan responden

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dengan memberikan gambaran yang menjadi bahan referensi serta menjadi acuan untuk mendapatkan perbandingan mengenai kerangka berpikir dalam pembahasan yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian pada **Implementasi Animasi Berbasis *Motion Graphic* Sebagai Media Informasi dan Promosi pada Video Profil Senat Akademik Politeknik Negeri Sriwijaya.**

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
Rahmat Zainur Fujianto, Condra Antoni	Produksi dan Efektivitas <i>Motion graphic</i> Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos	Villamil-Molina	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Motion graphic</i> dapat menjadi media promosi untuk memperkenalkan Zetizen

(2020)			Batam Pos kepada remaja berusia 13 sampai 20 tahun.
Okta Veza, Army Trilidia Devega, Mutiara Ayu Mawaddah Nofri Yudi Arifin (2020)	Desain dan Analisis Implementasi <i>Motion graphic</i> Program Publikasi Sebagai Media Promosi Batam TV	Luther- Sutopo	Hasil dari penelitian tersebut bahwa perancangan desain <i>motion graphic</i> dengan menggunakan metode pengembangan <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC) efektif untuk digunakan sebagai media promosi Program Publikasi pada Batam TV.
Syarifah Shakila Alatas (2020)	Perancangan <i>Motion graphic</i> Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi di Sosial Media	Villamil- Molina	Pembuatan <i>motion graphic</i> pada Iklan Layanan aplikasi garuda kasir menggunakan metode Villamil-Molina ini telah layak menjadi media Iklan Layanan aplikasi garuda kasir dengan hasil berupa video berdurasi 2 menit dengan format MP4.
Miftahul Husna Ghawa, Muchamad Fajri Amirul Nasrulla (2021)	Video <i>Motion graphic</i> sebagai media promosi aplikasi RushTrail menggunakan Style Isometric	Villamil- Molina	Video <i>Motion graphic</i> sebagai media promosi aplikasi RushTrail Menggunakan Style Isometric EFEKTIF digunakan oleh pihak perusahaan (Rushowl) sebagaimana mestinya untuk keperluan promosi.
Nanda Achmad Bachrus Sholeh, Sayatman (2020)	Perancangan Video <i>Motion graphic</i> Pengenalan Jurusan Kampus untuk Calon Mahasiswa	Eksploratif	Perancangan video <i>motion graphic</i> pengenalan jurusan kampus ini merupakan usaha untuk memberikan alternatif baru media pengenalan jurusan kampus PTN di Indonesia dengan konsep <i>motion graphic</i> yang dapat diakses melalui

			youtube oleh calon mahasiswa.
Adi Sutrisman, Slamet Widodo, M. Miftakul Amin, Ervi Cofriyati. (2019)	Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang	Luther-Sutopo	Penelitian ini telah menghasilkan video profil jurusan Teknik Komputer yang dapat digunakan untuk membantu dalam menyediakan layanan informasi kepada calon mahasiswa dan masyarakat umum.
Genta Victory Yusera, Evaluata Br Sembiring (2021)	E-Promosi Sekolah Dalam Bentuk <i>Motion graphic</i>	Villamil-Molina	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Media Promosi Elektronik sekolah dihasilkan dalam bentuk Video dengan menerapkan aspek <i>Motion graphic</i> sangat efektif digunakan sebagai media promosi berdasarkan persepsi responden melalui EPIC Model dengan memenuhi indikator seluruh aspek <i>motion graphic</i> (Spatial, Temporal, Live action dan Typography) dengan pencapaian 100%.