

Perancangan Animasi untuk Media Promosi Light Novel

Budi Sudrajat
Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kramat Raya No.98 Senen Jakarta, Indonesia

budi.bst@bsi.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 26/03/2022

Diterima : 28/03/2022

Dipublikasi : 01/04/2022

ABSTRAK

Untuk menjadi seorang pengarang secara umum bukanlah suatu hal yang mudah. Tidak hanya membuat suatu konten, selain membuat cerita, pertama-tama pengarang harus memikirkan pembangunan dunia dalam cerita yang memerlukan dedikasi dan waktu yang cukup banyak. Pelanggan dalam dunia literatur adalah pembaca, tidak semua orang memiliki tingkat minat baca yang sama. Masalah yang kita hadapi di Indonesia salah satunya merupakan kurangnya minat baca penduduk. Diluar itu, pengarang literatur lokal juga harus menghadapi *stereotype* pikiran masyarakat yang beranggapan bahwa produk lokal tidak akan sebaik produk dari luar negeri. Namun tetap ada beberapa literatur yang diciptakan oleh pengarang Tanah Air yang tersebar dalam berbagai media, salah satunya adalah internet. *Light Novel* merupakan novel ringan, Novel ringan tersebut hingga saat ini telah mendapatkan 25.000 pembaca. Pembaca tersebut tentunya dapat bertambah dengan adanya media promosi lain. Oleh karena itu dirancanglah video promosi dari novel ringan *light novel* untuk memperkenalkan literatur ini kepada calon pembaca baru. Video promosi dibuat menggunakan Adobe After Effects CC 2015 menggunakan *Multimedia Development Life Cycle*.

Kata Kunci: *Light novel, Multimedia development life cycle, stereotype*

I. PENDAHULUAN

Teknologi era digital yang semakin pesat saat ini mempengaruhi banyak hal yang kita ketahui, terutama munculnya cerita-cerita yang telah di publikasi dalam berbagai bentuk seperti *webcomic* dan *light novel* di internet. Pada saat ini konten-konten serupa banyak diminati oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena dapat diakses dengan mudah, mulai dari genre fantasi, komedi, romansa, drama dan lainnya yang mudah diakses membuat berbagai macam cerita dapat dinikmati hampir semua orang. Diwaktu yang sama terdapat banyak konten serupa yang telah diterbitkan tetapi kurang mendapatkan perhatian. Promosi sangat berperan banyak dalam menerbitkan suatu produk. Terutama dengan iklan berupa PV (*Promotional Video*) yang berisi beberapa konten seperti pengenalan tokoh, cuplikan ilustrasi, teks, serta animasi. Seperti PV atau *Teaser* suatu produk umumnya yang telah banyak beredar untuk umum.

Di Indonesia sendiri, sudah mulai banyak bermunculan *webcomic* dan *light novel* yang telah diterbitkan. Karena kurangnya pengetahuan atau apresiasi bangsa terhadap karya-karya lokal, serta terdapat banyaknya *light novel* membutuhkan media promosi lebih. Penelitian yang membahas mengenai pengaruh viral marketing, yaitu teknik yang menggunakan internet untuk mengirim dan menyebarkan pesan berupa video dan lainnya kepada individu-individu yang akan menyaring pesan dan mengirimkan lagi pesan tersebut terhadap *brand building*. Pada penelitian ini dibandingkan tingkat efektif viral marketing dengan cara membandingkan *Cost through Rate*

Parameter, yaitu persentase dari jumlah klik yang dibandingkan dengan jumlah *display*. Metode umum mendapatkan sebesar 0,18% sedangkan metode *viral marketing* mendapatkan sebesar 12,93%, yang dapat membuktikan bahwa *viral marketing* dapat menarik perhatian individu tersebut (Kotler 2017).

II. STUDI LITERATUR

Penelitian Terdahulu

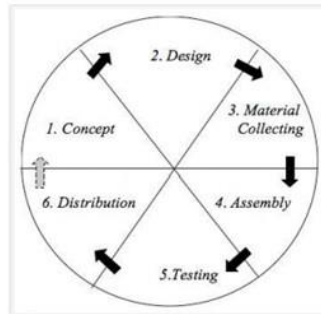
STMIK AKBA membutuhkan sebuah variasi media promosi berbentuk animasi motion graphic sebagai media promosi yang menarik, modern yang mampu menyajikan informasi secara efektif sehingga memberikan daya tarik bagi target audiensnya. Selain itu media promosi ini juga berfungsi sebagai konten Brand Awareness bagi STMIK AKBA (Rizal, Butsiarah, and Pahany 2021). Dengan melakukan penyadaran lingkungan bersih melalui animasi 3D suatu hal yang disukai anak-anak yang memberikan pesan positif, dapat merubah pola hidup yang tidak menyukai hidup bersih dan dapat membentuk generasi baru yang Sadar akan lingkungan yang bersih dan peduli dengan membuang sampah di tempat sampah (Camda 2018). *Light novel* dinikmati oleh para pembaca berusia remaja hingga dua puluh tahun yang titik beratnya berada pada dialog dan pengembangan plotnya mudah dipahami. Selain cerita-cerita drama sekolah yang menggambarkan perempuan muda sebagai protagonis dan komedi romantis, sub genre *light novel* lainnya meliputi fiksi ilmiah dan fantasi. Untuk membuat literatur ini lebih mudah untuk dibeli, mereka dengan jelas dilabeli sebagai *light novel* dan diterbitkan dengan harga murah (Web Japan, February 28, 2007). Promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk (Rangkuti 2009). Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video yang disampaikan dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan dan/atau dikontrol secara interaktif (Vaughan 2010).

Perancangan atau merancang merupakan suatu usaha untuk menyusun, mendapatkan, dan menciptakan hal-hal baru yang bermanfaat bagi kehidupan manusia (Irawan, 2017). Perancangan mengenai animasi interaktif prosedur merawat peralatan multimedia dapat disimpulkan bahwa dengan adanya program animasi interaktif, siswa dapat lebih memahami materi prosedur merawat peralatan multimedia sehingga dapat meminimalisir kerusakan pada peralatan multimedia yang disediakan oleh sekolah (Soleh, Nurajizah, and Muryani 2019). Zacher (1997) pernah berujar bahwa iklan memiliki tujuan-tujuan tertentu, dan beberapa tujuan iklan tersebut diantaranya adalah Menyadarkan komunikan dan memberikan informasi mengenai suatu produk (bisa berupa barang, jasa, ide, dan lain sebagainya), Berupaya menimbulkan rasa suka kepada diri komunikan atas produk yang diiklankan tersebut dengan memberikan prefensi-prefensi, Meyakinkan komunikan akan kebenaran produk tersebut sehingga mereka berusaha untuk memiliki atau menggunakan produk itu, Dari sudut pandang konsumen, konsumen menjadi tahu informasi mengenai produk tersebut, baik harga, spesifikasi, fungsi, dll (Guritno, Agung, and Cahyadi 2017).

III. METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metodologi penelitian dengan studi kepustakaan untuk mengembangkan perangkat lunak ini, penulis mencari literatur atau sumber pustaka yang berhubungan dengan perangkat lunak yang akan dibuat. Sumber pustaka ini akan membantu penulis dalam penulisan teori-teori yang ada, serta dapat digunakan sebagai pembandingan dengan penelitian yang telah dibuat. Kemudian menggunakan metode observasi, yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan mengadakan pengamatan langsung di lapangan, kemudian melakukan pencatatan secara sistematis terhadap objek. Mengamati

keseluruhan aspek yang bersesuaian dengan kebutuhan pembuatan aplikasi. Setelah dilakukan observasi dan pengumpulan data maka akan melakukan metode pengembangan perangkat lunak, metode yang digunakan dalam membuat perancangan *promotional video* untuk *light novel* penulis melakukan dengan *Multimedia Development Life Cycle*. Model *Multimedia Development Life Cycle* adalah aplikasi yang dirancang memiliki beraneka macam dalam media berupa grafik, film, slide, foto. Pada perancangan media menggunakan metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle), media dirancang dengan menggunakan aplikasi Adobe Flash Professional CS3 dan adobe photoshop CS3. Metode MDLC memiliki enam tahapan sebagai berikut: *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing* dan *Distribution* (Trisnawati 2019).



Gambar 1. Siklus MDLC

1. *Concept*

Tahap ini merupakan tujuan dari pembuatan aplikasi dan siapa pengguna dari aplikasi yang di rancang tersebut dan juga menganalisa kebutuhan pada sistem

2. *Design*

Tahap ini merupakan tentang *storyboard* pada aplikasi yang dirancang dan tampilan serta bahan-bahan materi yang ada pada program atau aplikasi.

3. *Material Collecting*

Tahap pengumpulan bahan-bahan yang akan digunakan terlebih dahulu. Kemudian bahan yang telah dikumpulkan akan di lanjutkan pada tahap selanjutnya yaitu *assembly*.

4. *Assembly*

Tahap pembuatan atau penggabungan ini adalah menggabungkan bahan-bahan yang telah terkumpul berdasarkan perancangan yang telah disusun pada tahap design, berdasarkan *storyboard* dan struktur navigasi untuk aplikasi yang dirancang.

5. *Testing*

Pada tahap ini melakukan testing atau pengujian setelah menggabungkan semua materi-materi yang telah dilakukan pada tahap assembly. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah aplikasi yang dirancang tersebut berfungsi dengan baik atau tidak (*Malfunction*).

6. *Distribution*

Tahap *distribution* ini merupakan tahap dimana tempat penyimpanan hasil pengujian aplikasi. Akan melakukan *compress* jika aplikasi tersebut melebihi kapasitas pada media penyimpanan yang disediakan.

Ada beberapa tahap yang harus dilalui dan diselesaikan terlebih dahulu sebelum memulai tahap lainnya, dan ada beberapa tahap yang dapat dikombinasikan atau dihilangkan. Ada empat tahap dasar dalam suatu proyek multimedia, yaitu :

1. Perencanaan dan pembiayaan

Tahap ini akan mencakup proses identifikasi kebutuhan dan tujuan, kemampuan multimedia yang dibutuhkan, misalnya keterampilan menulis, seni grafis, music, video, dan lain-lain. Selain itu, proses penghitungan waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk mengerjakan seluruh elemen juga

akan dilakukan pada tahap ini.

2. Desain dan Produksi

Setiap rencana akan dibuat desainnya dan kemudian diproduksi menjadi produk jadi yang bersifat sementara. Di samping itu, tahap ini mencakup perencanaan struktur navigasi yang baik untuk antarmuka penggunaannya.

3. Pengujian

Pengujian program wajib dilakukan untuk memeriksa dan memastikan bahwa program yang dibuat sudah benar-benar sesuai dengan tujuan proyek dan sesuai dengan keperluan klien

4. Pengiriman

Produk yang sudah jadi akan dikemas untuk didistribusikan ke klien atau pengguna akhir.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah selanjutnya dengan melakukan analisa untuk merumuskan analisa kebutuhan pengguna sebagai dasar panduan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Untuk analisa kebutuhan antara lain : Tahap concept akan membahas mengenai analisis kebutuhan dan menentukan rincian konsep yang akan dikembangkan pada tahap berikutnya. Agar dapat mencapai hasil yang sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan, dalam pembuatan video promosi ini, penulis akan merujuk kepada hasil wawancara serta kebutuhan video promosi secara umum yang akan menjadi daftar kebutuhan yang harus dipenuhi. Poin-poin yang harus ada dalam video promosi yang akan dibuat adalah sebagai berikut: Sinopsis light novel, gambar karakter light novel, deskripsi karakter light novel, tautan light novel, audio music latar. Rincian konsep dapat dilihat pada tabel berikut:





Kategori Konsep	Deskripsi Konsep
Judul	[Promotional Video] <i>Light Novel</i>
Jenis Multimedia	Multimedia linear
Tujuan	Membuat video promosi yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembaca <i>light novel</i>
Audio	Sampel musik latar: tempo 101bpm dengan format .mp3
Gambar	Gambar 2D karakter <i>light novel</i> dan aset lainnya berupa siluet dengan format .png
Teks	Potongan-potongan sinopsis, deskripsi tokoh dan tautan <i>light novel</i>
Durasi	45 detik
Resolusi	720p
Framerate	60fps

Tahap material collecting dibuat untuk menentukan dan menunjukkan bahan-bahan yang digunakan dalam implementasi video promosi. Bahan yang digunakan mencakup text line dapat dilihat pada tabel berikut :

Nama Line	Konten
-----------	--------







Line 1	Musim semi tiba
Line 2.1/2.2	Membawa berbagai nuansa baru / dalam kehidupan
Line 3.1/3.2	Seolah waktu juga ikut kembali / berputar bersama kedatangannya
Line 4.1/4.2	Membawa hal baru / dalam hidupku
Line 5.1/5.2/5.3	Yang kusuka / kubenci / kuharapkan
Line 6.1/6.2/6.3	Ia menghadirkan semuanya / dalam senyum / dan tatap sendu matanya itu
Line 7.1/7.2	Akankah hal yang kuharapkan akan tiba / pada musim semi kali ini?
Promotion Line	Baca sekarang

Bahan berupa gambar sprite karakter dapat dilihat pada tabel berikut:

Nama Sprite	Gambar
Jun headsprite	
Jun fullsprite	
Jun silhouette	
Mio fullsprite	
Mio silhouette	

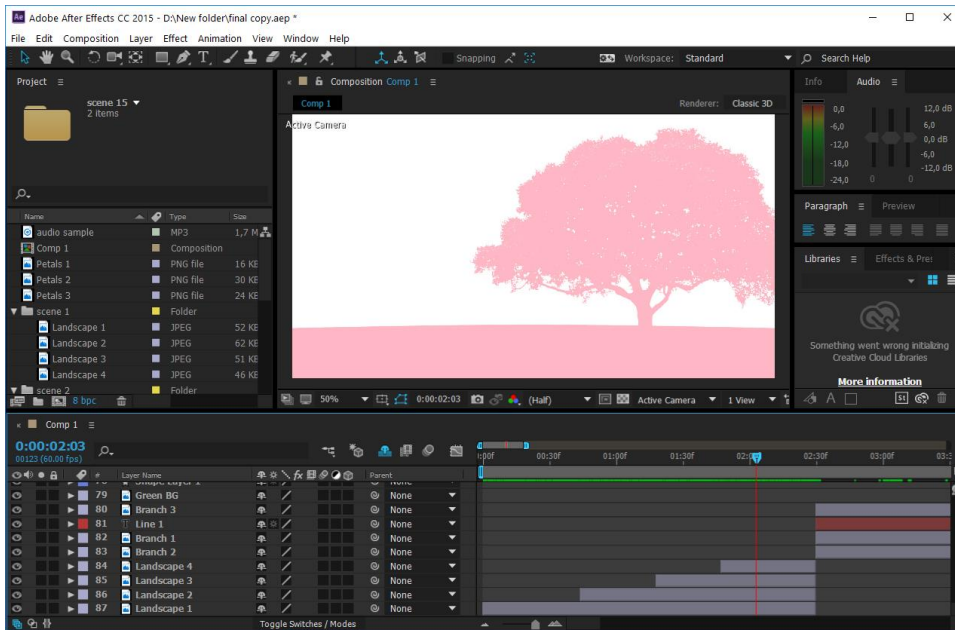


Bahan berupa gambar pendukung selain sprite dapat dilihat pada tabel berikut:

Nama Aset	Gambar
Landscape 1	
Landscape 2	
Landscape 3	
Branch 1	
Branch 2	
Branch 3	

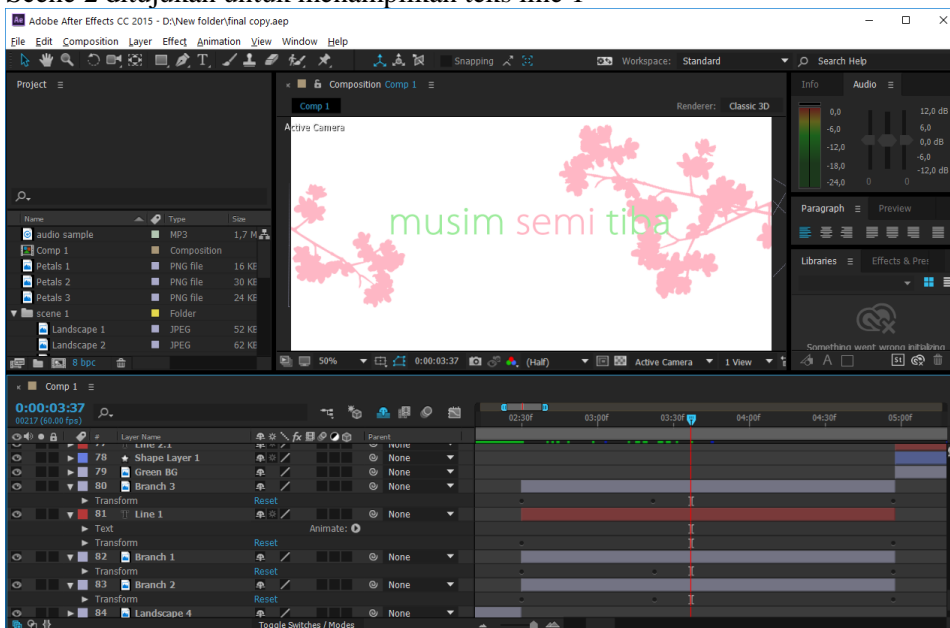
Dalam assembly video promosi, dimulai dengan melakukan impor file berupa sprite karakter dan aset pendukung yang telah dibuat dan dikumpulkan. File dipisahkan dalam folder berdasarkan urutan scene. Tahap pembuatan scene akan diperlihatkan berdasarkan urutan scene.

Scene 1 merupakan bagian *intro* untuk memulai video.



Gambar 2. Scene 1

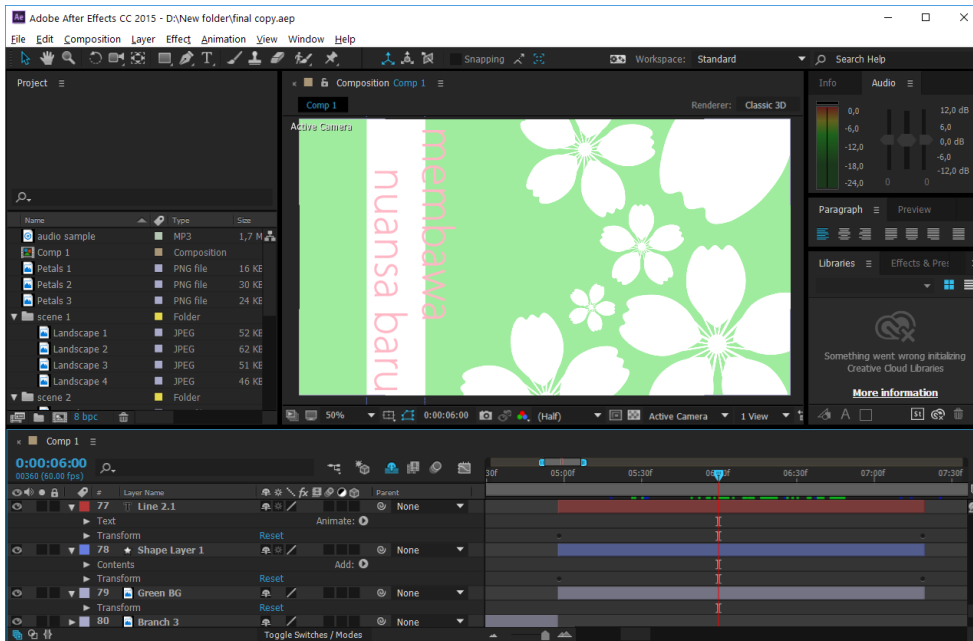
Pada scene ini digunakan 4 buah *layer*, yaitu landscape 1 hingga landscape 4. Keempat *layer* ini ditampilkan bergantian secara instan atau tanpa transisi apapun
 Scene 2 ditujukan untuk menampilkan teks line 1



Gambar 3. Scene 2

Pada scene ini digunakan 4 buah *layer*, yaitu branch 1 hingga branch 3 serta teks line 1. branch 1 hingga branch 3 dianimasikan agar ranting seolah bergerak karena tertiuip angin. Teks line 1 diletakkan diantara branch 1 dan branch 3 untuk membuat kesan bahwa seluruh *layer* memiliki tingkat kedalaman yang berbeda. Teks line 1 dianimasikan untuk melebar secara perlahan.

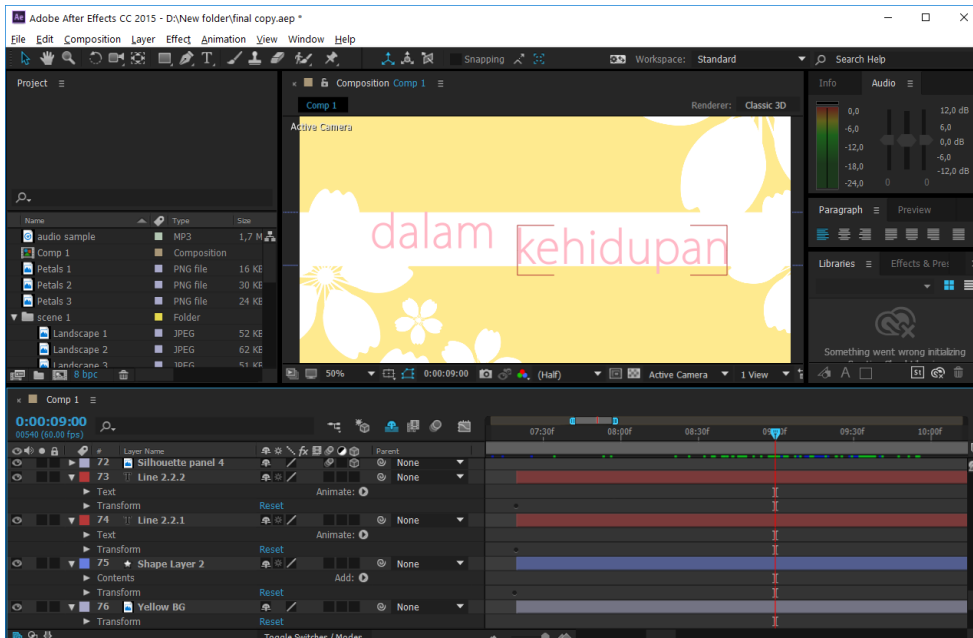
Scene 3 ditujukan untuk menampilkan teks line 2.1.



Gambar 4. Scene 3

Pada scene ini digunakan 3 buah *layer*, yaitu teks line 2.1, *layer* berbentuk persegi warna putih, dan green bg. *Layer* persegi dianimasikan sehingga persegi melebar secara perlahan. Teks line 2.1 juga dianimasikan sehingga teks bergeser secara perlahan mengikuti persegi.

Scene 4 ditujukan untuk menampilkan teks line 2.2.

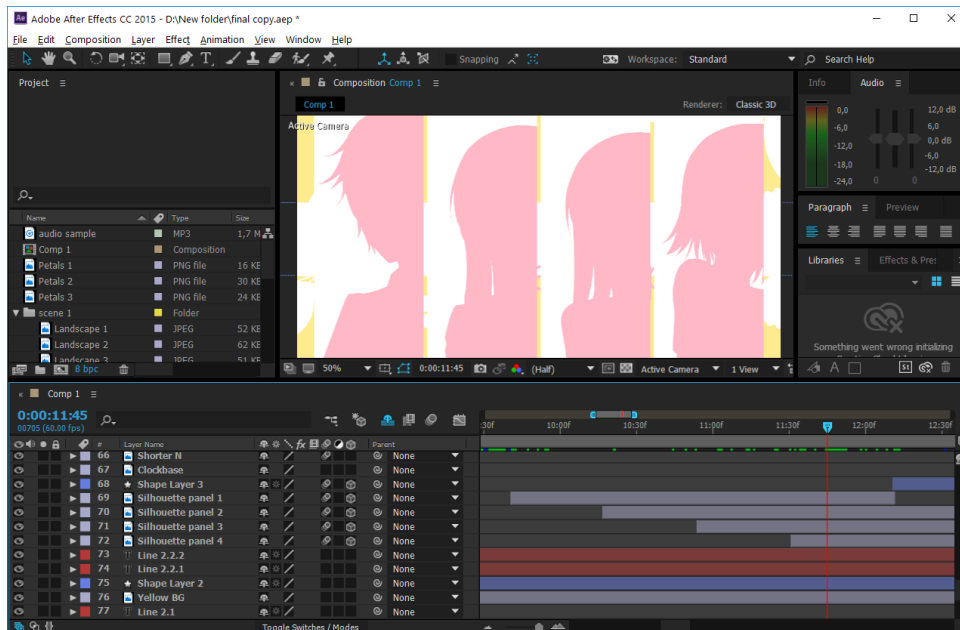


Gambar 5. Scene 4

Pada scene ini digunakan 4 buah *layer*, yaitu teks line 2.2.1, teks line 2.2.2, *layer* berbentuk persegi warna putih, dan yellow bg. *Layer* persegi dianimasikan sehingga persegi melebar secara

perlahan. Teks line 2.2.1 dan teks line 2.2.2 dianimasikan sehingga teks bergeser berlawanan hingga pada satu *frame* berada pada posisi horizontal yang sama.

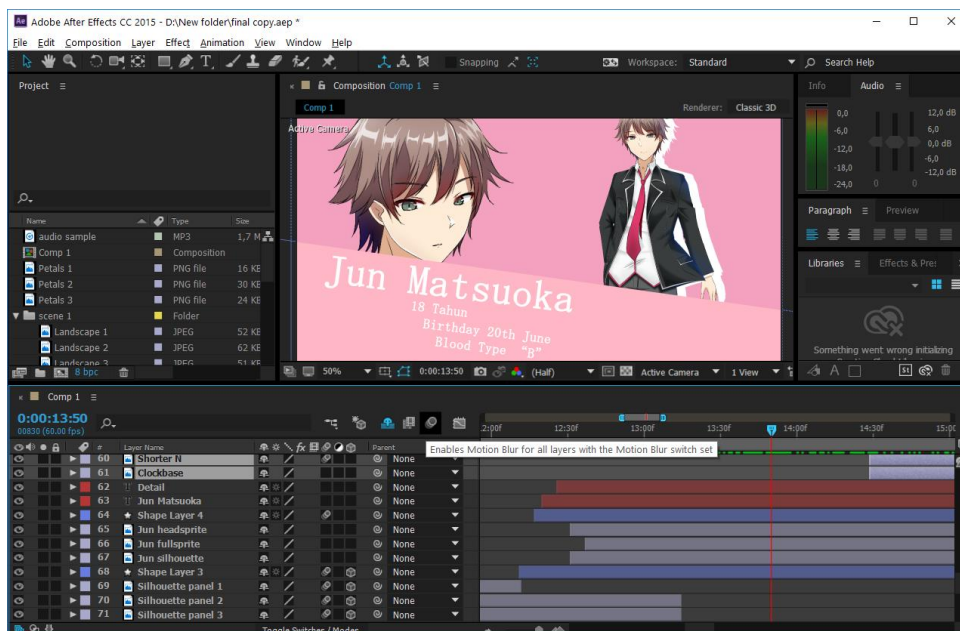
Scene 5 ditujukan untuk menampilkan siluet karakter utama sebagai permulaan pengenalan



Gambar 6. Scene 5

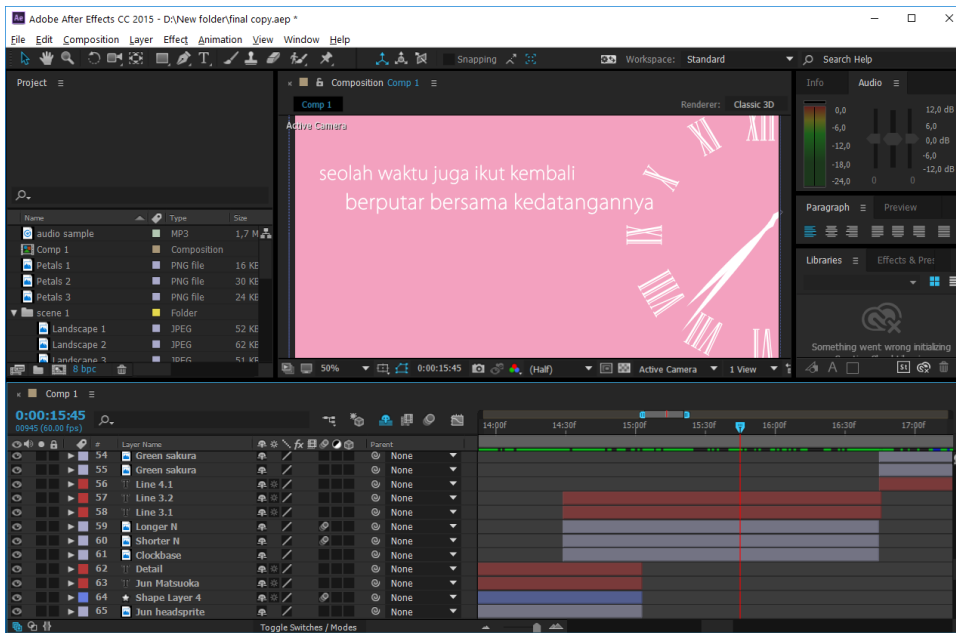
Pada scene ini digunakan 4 buah *layer*, yaitu silhouette panel 1 hingga silhouette panel 4. Scene ini masih menggunakan *layer* pada scene sebelumnya sebagai latar belakang. Scene ini dianimasikan sehingga silhouette panel muncul satu per satu secara bergantian. Pada akhir scene terdapat transisi yang menggunakan silhouette 1 dengan cara berputar 90 derajat secara horizontal hingga tidak terlihat dan dilanjutkan dengan scene 6

Scene 6 ditujukan untuk melakukan pengenalan karakter Jun Matsuoka



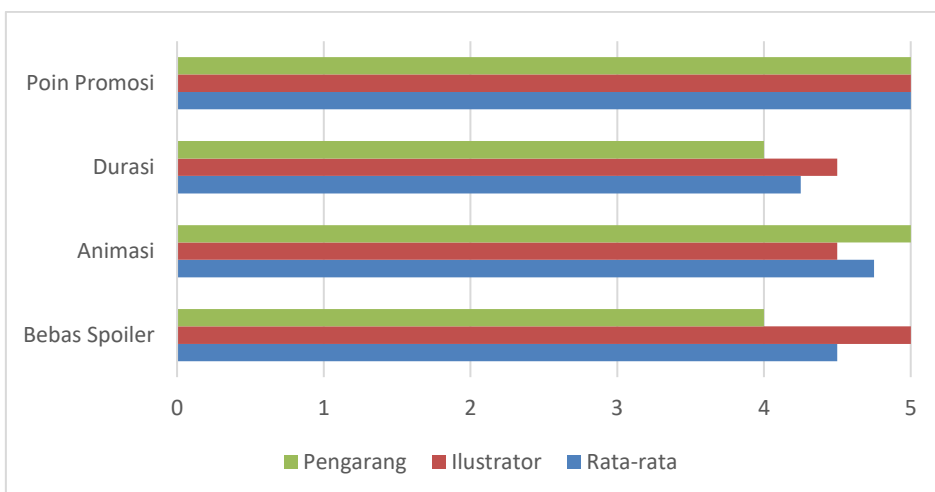
Gambar 7. Scene 6

Pada scene ini digunakan 2 buah *layer* persegi berwarna merah muda gelap dan merah muda terang, teks nama Jun Matsuoka, teks detil, dan seluruh sprite Jun Matsuoka. Scene ini diawali dengan animasi dari *layer* persegi merah muda gelap yang berputar 90 derajat secara horizontal hingga menutupi layar. *Layer* persegi merah muda terang muncul bergeser dari sebelah kiri layar. Teks nama Jun Matsuoka dan teks detil muncul dengan cara membesar. Seluruh sprite Jun Matsuoka muncul dari bawah layar, lalu bergeser secara perlahan. Pada akhir scene terdapat transisi yang menggunakan seluruh *layer* kecuali *layer* persegi merah muda gelap bergeser turun keluar dari layar dan dilanjutkan dengan scene 7.



Gambar 8 Scene 7

Tahap *testing* pada penelitian ini dilakukan melalui validasi kepuasan dari pengarang dan ilustrator karena hasil penelitian berbentuk multimedia linear. Hasil grafik validasi kepuasan terdapat pada gambar berikut:



Gambar 9. Grafik hasil validasi

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari rancangan aplikasi yang dibuat dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: melihat hasil akhir dari video promosi light novel ini, penulis yakin bahwa video promosi

ini dapat disebarkan sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah pembaca *light novel*. Setiap *line* yang telah dimasukkan merupakan sinopsis orisinal *light novel* yang telah disederhanakan.

VII. REFERENSI

- Camda, Mauliana. 2018. "Perancangan Animasi 3D Untuk Kampanye Makassar Bersih." *Jurnal Imajinasi* 2(1): 13.
- Guritno, Carlo Marcelino, Arief Agung, and Jacky Cahyadi. 2017. "Perancangan Animasi Pembelajaran Untuk Meningkatkan Kosakata Anak Usia 4 Tahun." *Jurnal DKV Adiwarna* 1(10): 1–15.
- Irawan. 2017. *Perancangan Dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Kotler, P. 2017. *Principles of Marketing*. London: Pearson Education.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, Muhammad, Butsiarah Butsiarah, and Muhammad Ashar Pahany. 2021. "Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Stmik Akba." *Journal of Information System Management (JOISM)* 3(2): 36–43.
- Soleh, M Rizki, S Nurajizah, and S Muryani. 2019. "Perancangan Animasi Interaktif Prosedur Merawat Peralatan Multimedia Pada Jurusan Multimedia SMK BPS&K II Bekasi." *Jurnal Teknologi dan Informasi* 9(2): 138–50.
- Trisnawati, R. A. 2019. *Aplikasi Multimedia Sebagai Media Pembelajaran Mengenal Bilangan Untuk Anak Tunagrahita*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Vaugan. 2010. *Multimedia Digital-Dasar Teori Dan Pengembangannya*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Web Japan,2007, February 28, Light Reading. 2007. "No Title."