

## **Making Stop Motion Animation Advertising CV Tan Chocolate for Social Media Branding**

### **Perancangan Animasi *Stop-Motion* Iklan CV Tan Chocolate untuk *Branding* Sosial Media**

**Dendy Caesar Firmansyah, Andy Pramono\***

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: andy.pramono.fs@um.ac.id

Paper received: 9-11-2021; revised: 6-1-2022; accepted: 14-1-2022

#### **Abstract**

Tan Chocolate is a CV company which is engaged in custom chocolate culinary. Customers can submit their desired shape of chocolate, so it can adjust to customer needs. The marketing of this product is done through CV Tan Chocolate's own social media and is in the process of being developed. To expand this culinary marketing, CV Tan Chocolate maximizes its marketing in many ways, such as by creating advertisements. Currently, advertising is an example of a mass communication tool that is widely used by users in the modern era. The use of animation in advertising has become one of the most frequently used options in recent years. The definition of animation itself is a series of images that make up a movement. Chocolate is one of the most popular foods liked by people of any age. Many people who are involved in the chocolate business have started doing many innovations to attract customers. The method used is a qualitative method, namely, to assess an animated film that has been made and its approach through animation that has been made. This research aims to develop local businesses so that they can do promotions using advertisements with animated media. This is done because there are still many people who do promotions by using only photos. The process and results of this research used methods that are easy to be used as references by the public and further research.

**Keywords:** animation, stop motion, advertising, branding

#### **Abstrak**

Tan Chocolate merupakan sebuah perusahaan CV yang bergerak di bidang kuliner coklat custom. Pelanggan dapat mengajukan bentuk coklat yang diinginkan, sehingga bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Pemasaran produk ini dilakukan melalui sosial media CV Tan Chocolate sendiri, dan sedang proses pengembangan. Untuk memperluas pemasaran kuliner ini, CV Tan Chocolate memaksimalkan pemasarannya dengan banyak cara seperti dengan membuat iklan. Saat ini iklan merupakan contoh satu dari alat komunikasi massa yang banyak digunakan oleh pengguna pada era modern. Penggunaan animasi dalam dunia periklanan sudah menjadi salah satu bidang yang paling sering digunakan selama beberapa tahun terakhir. Pengertian dari animasi sendiri adalah sebuah rangkaian gambar yang membentuk gerakan. Cokelat merupakan salah satu makanan yang paling digemari di berbagai lapisan masyarakat. Banyak orang yang terjun pada bisnis coklat ini mulai melakukan banyak inovasi untuk menarik pelanggannya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu untuk penilaian sebuah film animasi yang telah dibuat dan pendekatannya melalui animasi yang sudah dibuat. Penelitian ini dibuat bertujuan untuk mengembangkan usaha masyarakat agar dapat melakukan promosi menggunakan iklan dengan media animasi. Hal ini dilakukan karena masih banyak masyarakat yang melakukan promosi dengan menggunakan foto saja. Dari proses dan hasil penelitian ini menggunakan metode dan proses yang mudah untuk dijadikan referensi oleh masyarakat maupun penelitian selanjutnya.

**Kata kunci:** animasi, *stop motion*, iklan, *branding*

## **1. Pendahuluan**

Tan Chocolate merupakan sebuah perusahaan berbentuk CV yang bergerak di bidang kuliner makanan manis yaitu coklat yang bisa di custom. Pelanggan dapat mengajukan bentuk coklat yang diinginkan, sehingga bisa menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan salah satu bentuk inovasi baru yang ditawarkan oleh CV Tan Chocolate yang memang sedang terkenal di kalangan masyarakat hingga saat ini. Pemasaran produk ini dilakukan melalui sosial media CV Tan Chocolate sendiri, dan sedang proses pengembangan. Untuk memperluas pemasaran usaha kuliner ini, CV Tan Chocolate memaksimalkan pemasarannya, dengan berbagai cara contohnya dengan membuat iklan.

Saat ini iklan merupakan contoh satu dari alat komunikasi massa yang banyak digunakan oleh pengguna pada era modern. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), iklan adalah pemberitahuan kepada banyak orang tentang suatu barang atau jasa. Unsur-unsur periklanan meliputi gambar, gerakan, dan suara. Pada umumnya iklan disebarakan melalui media massa contohnya televisi, radio, surat kabar dan internet.

Kita bisa melihat iklan itu sebagai sebuah cara berkomunikasi, proses sosial ekonomis, proses pemasaran, proses hubungan masyarakat, ataupun proses informasi persuasi. Menurut Morden (1991), periklanan digunakan untuk menciptakan kesadaran dasar suatu produk atau jasa di benak konsumen potensial dan untuk menghasilkan pengetahuan tentang suatu produk atau jasa. Menurut penelitian Aldila dan Pramono (2021) film dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan wawasan, ilmu dan promosi.

Etzel, Walker, dan Stanton (1997) menulis bahwa iklan memiliki empat jenis karakter, yaitu pesan visual atau verbal, identifikasi untuk sponsor, penyimpanan dalam media, serta pembayaran sponsor dalam pesan media. Media adalah pengantar yang digunakan untuk memberikan informasi dari pengirim kepada penerima (Hidayat, Wardhana, & Rini, 2019). Penggunaan laptop dan komputer sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern saat ini. Dengan memanfaatkan hal tersebut, banyak pihak yang melakukan terobosan di bidang tertentu, seperti membuat iklan berupa produk/jasa, atau promosi daerah dengan cara online supaya dapat lebih menjangkau khalayak luas. Penggunaan animasi dalam dunia periklanan sudah menjadi salah satu bidang yang paling sering digunakan selama beberapa tahun terakhir.

Penggunaan iklan dengan media animasi dapat menimbulkan banyak efek daripada penggunaan iklan dengan media manusia. Pengertian dari animasi sendiri adalah sebuah rangkaian gambar yang membentuk gerakan. Animasi adalah sederet gambar yang diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan gerakan. Animasi menunjukkan ilusi gerakan dengan menampilkan urutan gambar yang berubah secara progresif dengan kecepatan tinggi. Animasi dipergunakan untuk menggambarkan pergerakan suatu objek. Animasi menunjukkan objek tetap atau statis yang dapat bergerak dan gambar tampak hidup. Animasi multimedia adalah proses pembentukan gerakan dari berbagai media atau objek yang divariasikan dengan efek dan filter, gerakan transisi, suara yang selaras dengan gerakan animasi (Suheri, 2006).

Beberapa kelebihan dari animasi jika dibandingkan dengan media lain adalah animasi mempunyai keandalan untuk menjelaskan perubahan keadaan tiap waktu. Animasi sendiri, banyak digemari karena memiliki karakter yang lucu, penuh warna, dan memiliki alur cerita yang menarik (Hidayat dkk., 2019). Menurut Kemp dan Dayton (1985) menjelaskan bahwa media animasi memiliki berbagai macam keunggulan, salah satunya adalah dapat diakses

dimana saja dan kapan saja (Hidayat dkk., 2019). Dalam proses perancangan pembuatan iklan dengan media animasi, dapat dilakukan penelitian yang memberikan konsep dan bentuk yang dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari, untuk menyampaikan produk yang bermakna (Pramono, Pujiyanto, Puspasari, & Dhanti, 2021).

Stop motion merupakan sebuah metode pembuatan animasi tradisional. Metode yang digunakan untuk membuat stop motion ini adalah dengan teknik fotografi untuk pengambilan objek gambarnya (Wijayanto, 2014). Objek yang diambil dapat berupa boneka, gambar, model, atau bahan yang diperlukan dalam pembuatannya yang disesuaikan dengan tujuan pembuatan animasi stop motion ini. Media tersebut akan berbentuk berupa deretan gambar yang dibuat seperti hidup, dengan cara dipindahkan secara perlahan-lahan dan pada setiap gerakannya akan direkam dengan kamera foto yang kemudian hasilnya disusun secara berurutan. Hasil yang terlihat dari jenis video animasi stop motion adalah gerakan pada video yang memberikan kesan patah-patah.

Coklat merupakan salah satu makanan yang banyak digemari di berbagai kalangan. Banyak orang yang terjun pada bisnis coklat ini mulai melakukan banyak inovasi untuk menarik pelanggannya. Seperti, dengan membuat coklat dengan berbagai macam warna, membuat coklat dengan bentuk-bentuk yang menarik, dan memberikan varian rasa yang berbagai macam. Tidak jarang juga memadu padankan coklat dengan biji – bijian, seperti kacang tanah, kacang mete, kacang almond, kismis dan lain lain. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh pebisnis coklat ini adalah dengan memberikan pelayanan yang sering disebut dengan “Coklat Custom” atau pembeli dapat meminta warna, bentuk, dan rasa pada coklat yang dipesannya sesuai yang mereka inginkan.

Branding merupakan sebuah upaya atau usaha memperkuat merek produk ataupun jasa. Istilah branding berasal dari kata brand yang artinya merek. Merek sendiri berfungsi sebagai pembeda dengan kompetitor lain yang menawarkan barang atau jasa yang sama. Salah satu kunci sukses dalam meningkatkan branding pada suatu produk atau jasa adalah menggunakan sosial media. Penggunaan media sosial untuk branding dapat berdampak besar untuk sebuah perusahaan. Salah satunya adalah dapat merubah pola konsumtif media yang membuat fokus perusahaan teralihkan dari produk ke orang, dan dari pengiriman informasi menjadi ke pertukaran informasi. Membangun sebuah sistem mulai sistem internal dan eksternal menjadi penting dalam sebuah industri (Puspasari, Ardani, Stephanus, & Pramono, 2019).

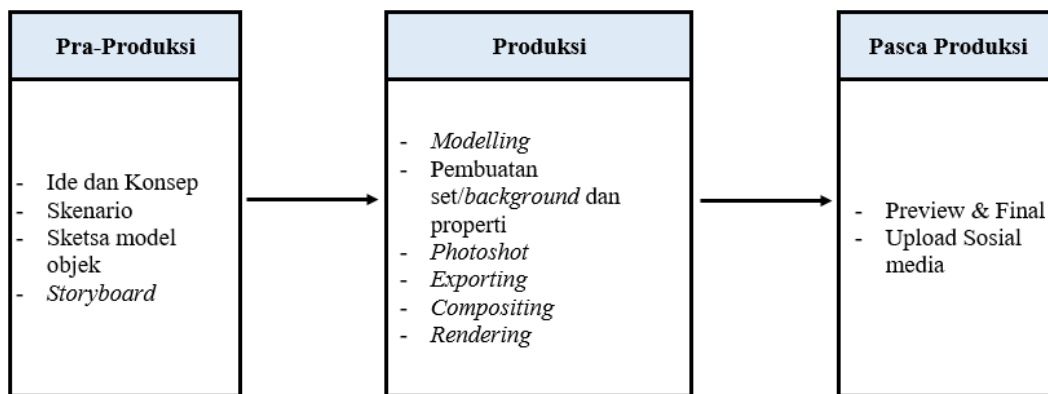
Konsumen akan menggunakan merek untuk menjadikan sumber informasi terkait produk yang akan dibeli saat berbelanja, terutama melalui media internet. Dengan begitu, mereka telah mampu memfasilitasi penerimaan penjualan online oleh konsumen (Ward & Lee, 2000). Memanfaatkan media sosial adalah salah satu cara setiap masyarakat dalam berbagi informasi dan berkomunikasi. Pengertian dari sosial media itu sendiri adalah sebuah media online yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi seperti berpartisipasi, maupun berbagi. Selain itu, ada pendapat lain yang mengemukakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Tujuan dari dibuatnya karya ini adalah untuk membantu mengembangkan pemasaran CV Tan Chocolate melalui iklan dalam bentuk video animasi stop motion. Selain itu, untuk mengedukasi masyarakat bahwa bisa menggunakan video animasi stop motion sebagai media

iklan di media sosial. Kemudian, dengan dibuatnya karya ini bisa sebagai pengembangan animasi stop motion untuk pelaku usaha. Tujuan lain dari pembuatan karya ini adalah untuk memberikan inspirasi kepada pengusaha UMKM yang sedang berkembang untuk memasarkan produknya dengan melalui video animasi terutama video animasi stop motion.

## 2. Metode

Metode yang digunakan pada perancangan karya ini adalah dengan mengumpulkan referensi dan literasi. Sehingga jenis data yang digunakan pada perancangan adalah data kualitatif dan dengan menggunakan pendekatan animasi yang sudah dibuat. Alasan dari penggunaan jenis data kualitatif ini adalah dilandasi dari kekuatan narasi, dan juga ditinjau langsung di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan data dan diambil berdasarkan informasi yang telah diproses secara mendalam.



**Gambar 1. Bagan Alur Perancangan**

Dalam perancangan iklan animasi stop motion CV Tan *Chocolate* untuk *branding* di media sosial ini terdapat 3 tahapan produksi yaitu dimulai dari tahap pra-produksi, tahap produksi, dan yang terakhir adalah tahap pasca produksi. Tahap pra produksi merupakan suatu tahap perencanaan dalam mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat animasi dengan baik. Pada tahapan ini merupakan tahap untuk merencanakan mulai dari menentukan tema, yang kemudian dikembangkan menjadi sinopsis, setelah menjadi sinopsis dikembangkan lagi menjadi *storyline*, sampai akhirnya ke tahap *animatic*.

Kemudian masuk pada tahap produksi. Pada tahap ini dilakukan pemrosesan pembuatan video dari bahan objek yang sudah disiapkan agar ide atau sinopsis yang telah direncanakan dapat terealisasi. Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah mulai dari pembuatan objek yang dibutuhkan, kemudian pengambilan gambar yang disesuaikan dengan pergerakan. Pada proses pengambilan gambar ini yang membutuhkan waktu yang cukup lama, dan harus berhati-hati. Dibutuhkan ketelitian dan ketelatenan dalam proses pengambilan gambar ini. Pada proses pengambilan gambar juga membutuhkan patokan, dan yang dijadikan patokan pada setiap pergerakannya adalah dengan memanfaatkan *storyboard* yang sudah dibuat.

Pengambilan gambar dilakukan secara hati-hati dan runtut, dan dilakukan dengan memindahkan satu per satu objek dengan disesuaikan terhadap gerakan yang diinginkan. Setelah proses pengambilan gambar, yang dilakukan selanjutnya adalah memindahkan hasil pengambilan gambar ke perangkat yang mendukung untuk dilakukan pengeditan. Setelah itu maka yang dilakukan selanjutnya adalah menggabungkan semua gambar yang telah dilakukan.

Penggabungan gambar dilakukan secara berurutan sesuai dengan alur cerita yang sudah dibuat. Pada tahap ini juga dilakukan koreksi warna dan pencahayaan pada gambar yang sudah diambil, supaya video yang dihasilkan nanti dapat terlihat dengan selaras, dan tidak terlalu mencolok di mata.

Pada proses penggabungan gambar ini, selain mengoreksi warna dan cahaya pada gambar juga dilakukan penambahan audio, baik audio narasi maupun audio backsound. Audio backsound ditambahkan sebagai audio pendukung, sehingga. Bisa juga ditambahkan efek-efek yang mendukung video. Kemudian masuk pada tahap pasca produksi, yang dilakukan pada proses ini adalah dengan meninjau kembali hasil video yang telah dibuat. Diperiksa kembali apakah ada kesalahan atau kekurangan pada video. Jika dirasa cukup dan tidak perlu dilakukan perbaikan ulang, maka video siap untuk dipublikasikan di media sosial.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1 Tahap Pra-Produksi**

Tahap pra produksi merupakan suatu tahap perencanaan dalam mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan untuk membuat animasi dengan baik. Tahap pra produksi menjadi sangat penting dalam menyiapkan data utama maupun data pendukung dalam sebuah project (Pramono & Puspasari, 2017). Pada tahapan ini merupakan tahap untuk merencanakan mulai dari tema, tema dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan seperti barang atau jasa yang akan kita promosikan. Setelah menentukan tema, maka tema yang telah ditentukan tersebut akan dikembangkan menjadi sinopsis.

Sinopsis disusun sesuai dengan tema dan memperhatikan alur cerita yang akan dibawakan untuk video animasi yang akan diproduksi. Setelah menjadi sinopsis, maka dari sinopsis tersebut dikembangkan lagi menjadi sebuah storyline. Storyline dibuat dengan gambaran yang sesuai dengan sinopsis yang telah dibuat. Kemudian setelah merancang storyline maka tahap selanjutnya adalah tahap animatic. Pada tahap ini harus sudah memperkirakan dan mempersiapkan elemen apa saja yang akan dibutuhkan. Selain itu juga membutuhkan persiapan yang sangat matang untuk tahap ini dan tahap-tahap selanjutnya.

Pada tahap ini yang pertama dibutuhkan adalah ide dan konsep. Untuk mendapatkan ide dan konsep yang menarik dan sesuai mungkin membutuhkan waktu yang cukup lama, dan membutuhkan lebih banyak tenaga untuk mencari referensi. Sehingga, disarankan saat mencari ide, sebaiknya untuk tetap berada pada kondisi yang baik secara mental maupun fisik. Tidak sedikit para kreator bepergian untuk mendapatkan ide di luar tempat ia tinggal. Ketika sudah mendapatkan ide untuk alur cerita yang akan dibawakan, tahap selanjutnya adalah dengan menuliskan naskah dan alur cerita untuk video tersebut.

Fungsi naskah pada produksi video ini adalah untuk menjadi landasan dalam sebuah video, supaya video dapat dipahami para penonton. Selain itu, naskah juga berfungsi sebagai suatu arah atau direction dalam sebuah pembuatan video. Naskah akan digunakan sebagai dokumen ketika sedang melakukan pembuatan video. Kreator harus mematuhi isi dari naskah beserta alur ceritanya yang telah dituangkan di dalamnya. Kemudian fungsi utama dari naskah adalah sebagai suatu acuan yang digunakan untuk mewujudkan ide, gagasan, maupun cerita yang berada di dalam naskah bisa menjadi sebuah video yang komunikatif.

Setelah membuat naskah, maka langkah selanjutnya adalah dengan membuat storyboard. Storyboard secara sederhana adalah papan cerita. Namun storyboard juga

memiliki arti yang luas yaitu sebuah serangkaian sketsa gambar yang digunakan untuk menggambarkan alur cerita yang sudah dibuat. Sketsa pada storyboard harus disusun secara berurutan, untuk menggambarkan perubahan penting dari suatu adegan maupun aksi dalam pengambilan gambar.

Storyboard berfungsi sebagai penggambaran alur cerita, dimulai dari awal cerita hingga akhir cerita. Storyboard juga berfungsi untuk perencanaan proses pengambilan gambar agar lebih terstruktur. Sehingga untuk memudahkan proses pengambilan gambar, maka storyboard dijadikan pedoman mulai dari proses produksi hingga proses pengeditan supaya hasilnya sesuai dengan yang telah disusun. Manfaat dari storyboard sendiri adalah untuk mengorganisir proses pengambilan gambar, memudahkan proses pembuatan dan pemahaman alur cerita, dan dapat digunakan untuk mengetahui apabila terjadi kesalahan.

### **3.2 Tahap Produksi**

Tahap Produksi merupakan tahap dari seluruh perencanaan yang telah dilakukan pada tahap pra produksi mulai dilaksanakan. Seluruh materi yang telah dikumpulkan di tahap pra produksi ini akan dikerjakan sesuai dengan urutan pengerjaan. Selanjutnya yang dilakukan supaya ide dapat direalisasikan sesuai dengan tujuan awalnya adalah dengan membuat video animasi yang sesuai dengan skenario yang telah disusun. Pada tahap ini, yang dilakukan pertama adalah dengan membuat dan menyiapkan material yang diperlukan seperti objek, dan latar belakang.

Objek – objek yang dibutuhkan akan dibuat menggunakan aplikasi atau software editor gambar. Bisa menggunakan photoshop, atau corel draw. Bisa juga menggunakan aplikasi atau software lainnya yang dikuasai. Pembuatan objek tidak hanya objek utama saja, namun juga membuat objek pendukung. Objek pendukung dibuat untuk menambah kesan secara visual, Menurut Novica, Pramono, Samodra, Wardhana, dan Hidayat (2020), bahwasannya Perancangan gaya visual dalam sebuah karya akan mendukung pencapaian tujuan dari media. Sehingga tampilannya nanti tidak terlalu monoton dan lebih bervariasi. Setelah objek sudah jadi, maka objek akan dicetak di kertas, untuk jenis kertas dapat menyesuaikan saja. Setelah dicetak di kertas, objek dipotong sesuai dengan bentuknya.

Setelah objek-objek yang dibutuhkan sudah siap, maka tidak lupa untuk menyiapkan alat yang diperlukan, seperti kamera beserta memory card, lighting, sound yang akan ditambahkan di video, tripod, dan lain lain. Setelah alat dan bahan yang dibutuhkan sudah siap, maka langkah selanjutnya adalah menyusun alat dan bahan sesuai dengan yang dibutuhkan. Setelah itu, untuk pengambilan gambarnya akan dilakukan setelah objek disusun dan dilakukan perumpamaan, guna mengurangi kesalahan pada pengambilan gambar nantinya.

Pada saat pengambilan gambar, dilakukan dengan memindahkan objek secara perlahan-lahan. Kemudian setiap perpindahan objek akan diambil gambarnya satu per satu. Sehingga ketika penggabungan gambar saat proses editing nantinya gambar akan bergerak sesuai urutannya. Hasil video yang telah diproses nantinya akan memberikan kesan patah-patah, dan inilah keunikan sekaligus ciri khas tersendiri dari video animasi stop motion. Untuk penjelasan lebih detailnya akan dibahas di bawah ini.

### *Modelling*

Modelling merupakan proses pembuatan model objek yang akan digunakan. Pembuatan model ini sangat penting dalam sebuah karya baik media komersial maupun nonkomersial seperti pendidikan (Pramono, Rahayuningtyas, Puspasari, & Ismail, 2020). Objek yang digunakan adalah 2D. Model yang dibuat harus mendetail dan sesuai dengan ukuran dan skala pada sketsa yang telah dibuat. Tujuan menyesuaikan ukuran dan skala pada sketsa adalah agar objek tampak ideal dan proporsional untuk dilihat (Eriza, Pramono, & Novica, 2021). Saat modelling bisa menggunakan aplikasi atau software editor gambar seperti photoshop atau corel draw atau bisa menggunakan aplikasi atau software apa saja yang dikuasai. Pada proses ini penulis menggunakan photoshop untuk membuat karakter, dan karakter yang telah dibuat kemudian di cetak di kertas. Pembuatan objek tidak hanya memadupadankan berbagai bentuk saja, namun juga memadupadankan warna.

Pemilihan warna dan tekstur sangat penting dalam pembuatan model (Pramono & Pujiyanto, 2019). Memilih warna pada objek tidak bisa sembarangan, harus dipersiapkan secara matang. Warna yang dituangkan pada objek juga harus menyesuaikan dengan realitas di kehidupan sehari – hari, supaya objek yang nampak bisa dapat diterima oleh penonton. Selain itu, penonton juga langsung mengerti, objek apa saja yang sedang ditampilkan. Setelah di cetak, karakter di potong sesuai dengan bentuk dan mengikuti garis bantu supaya karakter yang telah dipotong terlihat rapi dan berbentuk. Karakter yang dibentuk berupa typography dari nama CV Tan Chocolate, informasi dari CV Tan Chocolate seperti nomor telepon yang *dapat dihubungi, nama akun di sosial media*, bentuk produk yang ditawarkan, dan objek – objek yang lainnya. Selain itu juga membuat karakter coklatnya, dan karakter pendukung lainnya.

### *Pembuatan set/latar tempat (background) dan properti (environment)*

Tahapan pada proses pembuatan latar belakang adalah suatu tahapan dalam perancangan visualisasi media yang mendukung dalam suatu karya, tahapan ini tergantung dengan bentuk media yang dirancang bisa berupa 2 dimensi maupun 3 dimensi (Pramono, 2015). Proses ini merupakan proses pembuatan latar atau *background* untuk pengambilan gambar dengan tujuan agar terlihat lebih realistis. Pada proses ini yang perlu dibuat antara lain pemandangan atau langit, lingkungan sekitar yang diperlukan. Properti pendukung latar juga akan dibuat 2 dimensi. Penentuan warna background juga sangat penting pada tahap ini. Jika pemilihan warna background tidak atau kurang tepat, maka video yang akan dihasilkan nanti menjadi kurang menarik. Sehingga, ada baiknya jika menggunakan background yang sesuai dengan objek atau dengan warna netral.

Jika menggunakan warna putih, sebaiknya diimbangi dengan pencahayaan yang bagus. Hal ini dilakukan supaya objek tidak terlalu terang saat proses pengambilan gambar. Memilih background yang terlalu banyak motif atau warna juga tidak disarankan, karena nanti di video akan terlihat terlalu banyak warna atau objek yang ditampilkan. Sehingga, video akan terlihat kurang menarik atau bahkan tidak nyaman untuk ditonton. Penggunaan background yang sesuai akan menambah daya tarik penonton untuk minat menonton video hingga selesai.

Pengaturan set untuk proses pengambilan gambar sangat disarankan dilakukan di sebuah ruangan yang luas dan nyaman. Hal ini perlu diperhatikan karena untuk membantu pergerakan yang leluasa ketika proses pengambilan gambar berlangsung. Selain berada di ruangan yang luas dan nyaman, juga disarankan untuk berada di ruangan yang memiliki

kapasitas cahaya yang baik. Karena dapat berpengaruh pada pencahayaan pada proses pengambilan gambar.



**Gambar 2. Studio pengambilan gambar**

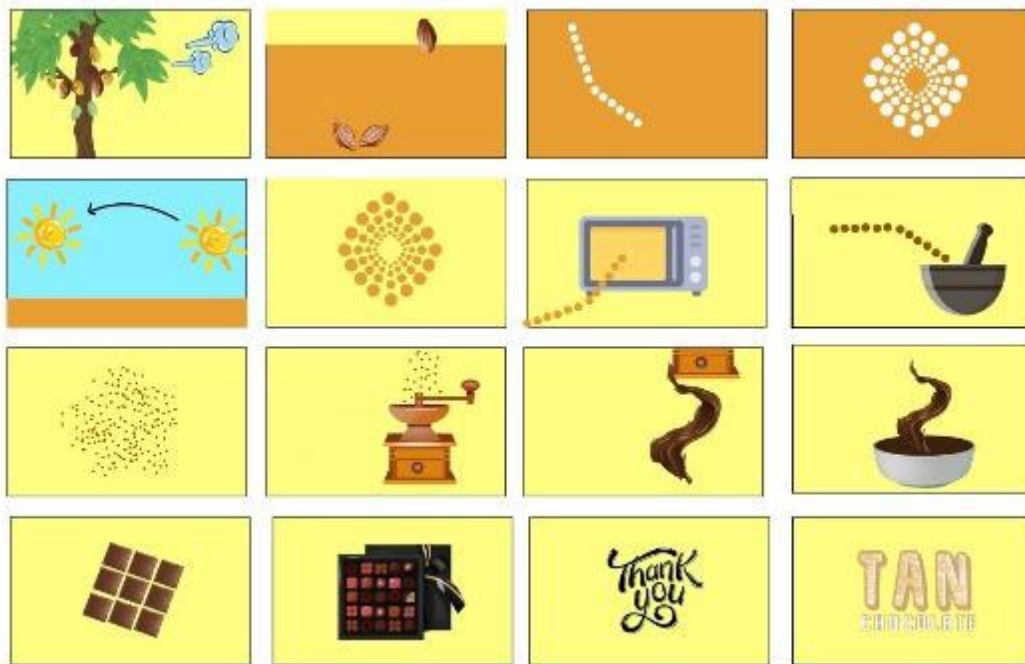
### *Photoshoot*

Pada proses *photoshoot* merupakan tahap produksi yang dilakukan saat properti dan *background* sudah siap. Pengambilan gambar dilakukan secara berkala, disesuaikan dengan pergerakan yang telah dirancang pada storyboard dan disesuaikan dengan narasi yang telah dirancang. Alat yang akan digunakan pada tahap ini adalah menggunakan kamera, tripod, dan lighting. Kamera akan digunakan untuk pengambilan gambar. Pengambilan gambar akan dibantu dengan tripod dan lighting. Penggunaan tripod disini adalah untuk membantu menjaga ketinggian atau jarak dari objek yang akan diambil gambarnya dan supaya posisi gambar yang diambil menjadi stabil.

Pengambilan gambar yang stabil akan memudahkan saat proses pengeditan video nantinya. Selain menggunakan bantuan tripod untuk menyesuaikan jarak objek dengan kamera, pada proses ini juga membutuhkan bantuan lighting untuk pencahayaan saat pengambilan gambar. Pencahayaan disesuaikan dengan kondisi saat pengambilan gambar, ada baiknya jika pencahayaan pada objek tidak terlihat terlalu terang dan tidak terlihat terlalu gelap. Pencahayaan dapat diatur melalui lampu dari lighting maupun dari kamera, jadi keduanya saling menyesuaikan dengan kebutuhan.

Acuan dalam pengambilan gambar agar sesuai dengan alur cerita yang diinginkan juga dibutuhkan, maka acuan tersebut menggunakan storyboard yang sudah disusun. Sesuai dengan manfaat storyboard itu sendiri adalah untuk mengecek adegan yang akan diambil selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk tetap menjaga konsistensi cerita yang sudah disusun. Kehalusan pergerakan dalam pengambilan gambar untuk animasi *stop motion* dapat

disesuaikan. Semakin halus pergerakan pada video yang diinginkan, maka pergerakan juga dipindahkan sedikit - sedikit, serta kapasitas *memori* yang dibutuhkan juga semakin besar.



Gambar 3. Storyboard



Gambar 4. Proses dan hasil akhir

### *Exporting*

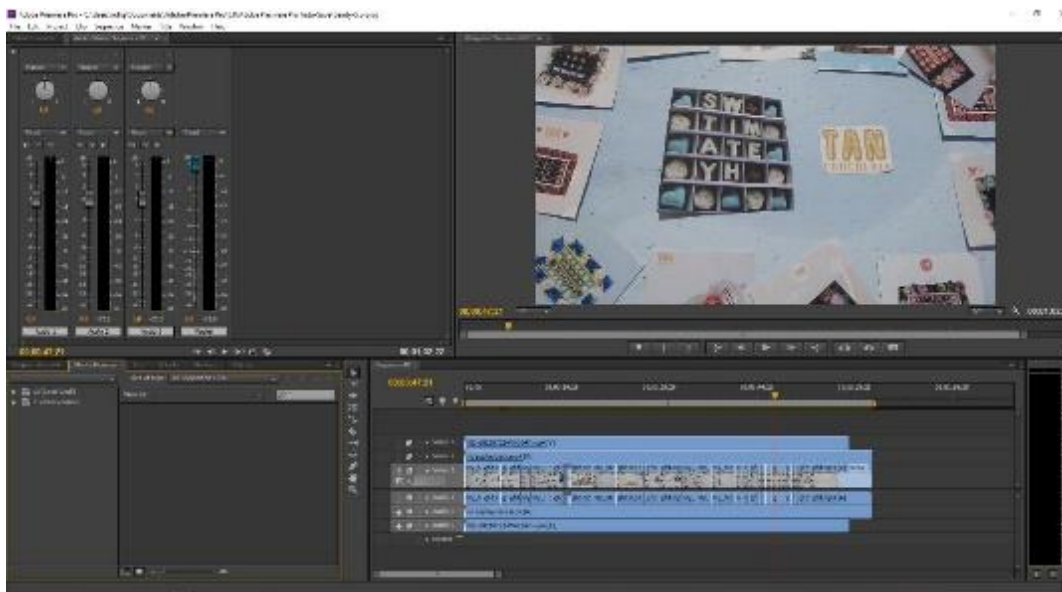
Tahap exporting yang dimaksudkan disini adalah memindahkan hasil pengambilan gambar yang telah dilakukan. Setelah melakukan proses pengambilan gambar, maka tahap selanjutnya yang dilakukan adalah dengan memindahkan hasil pengambilan gambar ke laptop. Kemudian dilakukan ke proses selanjutnya, yaitu pengeditan gambar atau compositing. Pada tahap ini juga dapat dilakukan pengecekan terhadap hasil pengambilan gambar yang telah dilakukan.

Untuk memudahkan penggabungan gambar yang sudah diambil, bisa dilakukan pengeditan nama pada gambar sesuai dengan urutannya. Sehingga saat pengeditan video dilakukan, dapat memudahkan input foto dengan mudah dan sudah runtut. Hasil dari pengambilan gambar tadi juga dijadikan satu folder dengan nama folder yang menyesuaikan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah kita menemukan file yang ingin di proses.

### *Compositing*

Setelah memindahkan hasil pengambilan gambar, maka tahap selanjutnya yang dilakukan adalah penyusunan setiap gambar yang telah diambil menjadi satu kesatuan. Penyusunan dilakukan urut sesuai pengambilan gambar atau bisa ditinjau lagi dengan melihat storyboard. Sehingga saat penggabungan gambar, akan membentuk menjadi satu animasi sesuai dengan yang sudah direncanakan. Jika gambar yang disusun sudah sesuai urutannya maka, langkah selanjutnya adalah menambahkan file audio.

Pada proses ini dilakukan penambahan audio sesuai dengan kebutuhan. Audio dapat disesuaikan dengan video yang akan ditampilkan. Memasukkan hasil dari perekaman suara yang sesuai dengan naskah juga dilakukan pada proses ini. Penyesuaian audio dengan video juga perlu dilakukan dengan cermat. Agar video dengan audio dapat selaras. Selain memasukkan audio yang sesuai dengan naskah, juga perlu ditambahkan backsound sebagai komponen pendukung.



**Gambar 5. Compositing 1**

Pada proses ini juga dapat dilakukan pengaturan cahaya, apabila ada yang kurang sesuai. Pengaturan pencahayaan dilakukan supaya video yang akan dibuat menjadi sinkron secara tampilan. Ada baiknya apabila saat sebelum merender video yang sudah di edit dilakukan tinjauan kembali. Untuk memastikan pencahayaan pada video sudah pas atau belum. Kemudian mengecek komponen lainnya. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan pada video.



**Gambar 6. Compositing 2**

### *Rendering*

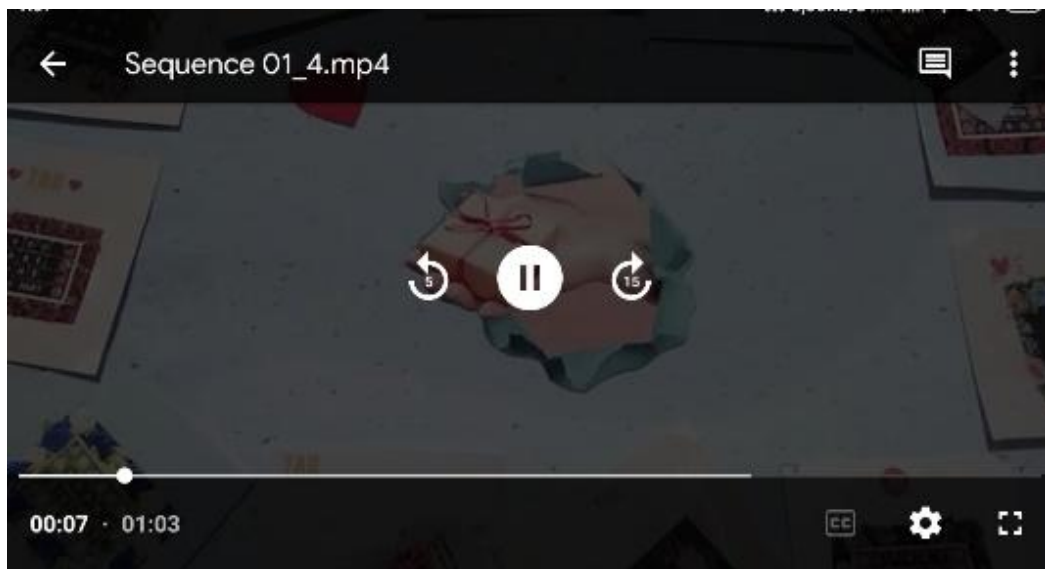
Tahap berikutnya adalah rendering, yaitu proses penggabungan atau penyatuan gambar, audio, text, dan video sehingga dapat menghasilkan video yang unik dan menarik. Pengertian lain dari rendering adalah sebuah proses yang akan menghasilkan suatu gambar atau video melalui sebuah program komputer. Hasil dari rendering nantinya adalah berupa sebuah output yang dapat dinikmati baik secara visual maupun secara auditori.

Proses rendering ini yang menentukan hasil dari pengeditan video yang sudah dilakukan. Video akan membutuhkan perbaikan apabila saat editing tidak teliti. Misal, pencahayaan yang kurang pas saat mengedit salah satu frame, maka hasilnya nanti tidak selaras. Proses rendering biasanya membutuhkan waktu yang cukup lama. Tergantung pada kualitas video yang dibuat. Saat menunggu hasil rendering biasanya perangkat perangkat harus berada di keadaan stand by. Tergantung pada aplikasi atau software yang sedang digunakan.

### **3.3 Tahap Pasca Produksi**

Tahap pasca produksi merupakan tahap akhir dari pembuatan animasi stop motion. Pada tahap ini dilakukan review dan final editing. Review dilakukan untuk mengecek apakah video sudah sesuai ataukah butuh dilakukan perbaikan. Jika butuh dilakukan perbaikan maka akan dilakukan final editing untuk mengubah beberapa bagian yang dirasa perlu untuk dirubah. Kemudian, jika dirasa sudah cukup dan memuaskan maka yang dilakukan selanjutnya adalah dengan mengunggah video yang sudah siap ke media sosial. Pada tahap pasca produksi,

fase koreksi warna dihilangkan karena fase ini telah dilakukan pada tahap produksi saat mengatur pencahayaan. Pada fase pasca produksi hanya menyisakan fase compositing dan hasil akhir saja (Wardhana, Hidayat, & Rini, 2019).



Gambar 7. Review

#### 4. Simpulan

Perancangan karya ini menghasilkan sebuah video animasi yang bertujuan untuk memasarkan produk dari CV Tan Chocolate yang kemudian di unggah di media sosial, yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa dan membeli produk dari CV Tan Chocolate ini. Untuk membuat video iklan dengan animasi stop motion yang menarik, diperlukan juga ide, alur cerita, model objek yang menarik juga.

Untuk merancang sebuah iklan berbasis animasi stop motion ini melalui beberapa tahap, yaitu mulai dari pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada kegiatan pra-produksi yang diperlukan adalah ide, alur cerita, dan skenario untuk membuat video yang runtut dan menarik. Pada proses ini merupakan proses yang penting, karena apabila alur cerita yang diambil kurang menarik dapat berpengaruh pada video saat sudah diunggah nanti. Untuk merancang pembuatan video animasi, sangat diperlukan persiapan yang matang, supaya dengan persiapan yang matang akan memudahkan proses produksi video dan saat produksi video akan menjadi lebih tenang.

Kemudian pada saat proses produksi, penulis membuat karakter sesuai dengan alur cerita yang sudah dibuat. Karakter disesuaikan dengan kebutuhan, sehingga tidak lupa untuk memuat informasi dari CV Tan Chocolate. Saat sudah mulai tahap photoshoot, harus sangat

memperhatikan pergerakan dan menyesuaikan karakter yang sudah disusun sesuai dengan alur cerita. Di sini sangat membutuhkan ketelitian yang cukup, untuk menghindari apabila ada yang terlewat, terulang atau kesalahan yang lain.

Setelah itu, memasuki tahap pasca produksi. Pada tahap ini yang dilakukan adalah mereview video yang sudah dirender untuk mengecek ulang apakah video sudah sesuai atau belum sesuai. Jika ada kesalahan pada video dapat dilakukan pengeditan ulang untuk membenahi kesalahan pada video tersebut. Untuk kecepatan per framanya bisa disesuaikan dengan kebutuhan. Jika tidak ada yang dibenahi maka video dapat diunggah ke sosial media ataupun disimpan di media lain.

Kekurangan pada perancangan ini adalah cetakan pada karakter yang kurang bagus, sehingga saran untuk perancangan kedepannya bisa lebih diperhatikan lagi ketika mencetak karakter. Selain itu, kelemahan dari video stop motion ini adalah membutuhkan ruang memori yang besar, karena gambar yang diambil akan semakin banyak jika ingin pergerakan semakin halus.

Sangat jarang ditemui pelaku usaha untuk menggunakan video animasi stop motion mengklankan produk atau jasanya. Padahal biaya produksi untuk pembuatan stop motion sendiri bisa dikatakan sangat terjangkau. Apalagi, untuk pelaku usaha UMKM yang memiliki keterbatasan pada modal. Produksi video animasi stop motion sendiri bisa dilakukan sendiri, bahkan sudah ada aplikasi pendukung yang mudah untuk digunakan untuk memproduksi video animasi stop motion.

#### Daftar Rujukan

- Aldila, I., & Pramono, A. (2021). Design of short film “Si Tintin” and effectiveness in delivering messages regarding the COVID-19 health protocol. *KnE Social Sciences*, 5(3), 168–176. doi: <https://doi.org/10.18502/kss.v5i3.8537>
- Eriza, M. H., Pramono, A., & Novica, D. R. (2021). Augmented Reality character Topeng Malang Dewi as an effort to improve the quality of student learning media. *KnE Social Sciences*, 5(3), 258–265. doi: 10.18502/kss.v5i3.8548
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J.. (1997). *Marketing* (11<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hidayat, I. K., Wardhana, M. I., & Rini, D. R. (2019). Animation as an educational media to learn colors and shapes for toddlers. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 255, 183–187. doi: <https://doi.org/10.2991/icade-18.2019.42>
- Kemp, J. E., & Dayton, D. K. (1985). *Planning and producing instructional media* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harper & Row Publisher.
- Morden A. R. (1991). *Elements of marketing*. London: D.P. Publication Ltd.
- Novica, D. R., Pramono A., Samodra, J., Wardhana, M. I., Hidayat, I. K. (2020). Visual style transformation of Wayang Topeng Malang as urban toy design inspiration. *International Journal of Innovation, Creativity and Change (IJICC)*, 10(10), 135–146. Retrieved from [https://www.ijicc.net/images/vol10iss10/101011\\_Novica\\_2020\\_E\\_R.pdf](https://www.ijicc.net/images/vol10iss10/101011_Novica_2020_E_R.pdf)
- Pramono, A., Pujiyanto, P., Puspasari, B. D., & Dhanti, N. S. (2021). Character thematic education game “AK@R” of society themes for children with Malang-Indonesian visualize. *International Journal of Instruction*, 14(2), 179–196. doi: <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14211a>
- Pramono, A. (2015). Algoritma Pathfinding A\* pada game RPG Tanaman Higienis. *JEPIN: Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika*, 1(2), 76–80. doi: <https://doi.org/10.26418/jp.v1i2.12517>

- Pramono, A., & Puspasari, B. D. (2017). First aid instructional media using Android platform. *Proceedings of 2017 4th International Conference on Computer Applications and Information Processing Technology (CAIPT)*, 1–5. doi: <https://doi.org/10.1109/CAIPT.2017.8320712>
- Pramono, A., & Pujiyanto, P. (2019). Improved asset design for educational asynchronous games @KAR with visual concept of Malang city. *KnE Social Sciences*, 3(10), 435. doi: <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3928>
- Pramono, A., Rahayuningtyas, W., Puspasari, B. D., & Ismail, A. I. Hj. (2020). Development educational material Topeng Malang with the Augmented Reality for supporting character. *KnE Social Sciences*, 4(12), 631–639. doi: <https://doi.org/10.18502/kss.v4i12.7637>
- Puspasari, B. D., Ardani, H. A., Stephanus, P., & Pramono, A. (2019). E-counseling for handling the selection majors problem for Senior High School Students in web-based using backward chaining method. *Asian Journal of Behavioral Sciences*, 1(1), 33–42. Retrieved from <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajbs/article/view/7113>
- Suheri, A. (2006). *Animasi multimedia pembelajaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ward, M. R., & Lee, M. L. (2000). Internet shopping, consumer search and product branding. *Journal of Product & Brand Management*, 9(1), 6–20. doi: 10.1108/10610420010316302
- Wardhana, M. I., Hidayat, I. K., & Rini, D. R. (2019). Enhancing Machinima for low budget animation. *Proceedings of the International Conference on Arts and Design Education 2018*, 196–199. doi: <https://doi.org/10.2991/icade-18.2019.45>
- Wijayanto, A. (2014). Perancangan animasi 3D dengan menggunakan teknik stop motion dan particle system Program Studi Teknik Informatika Universitas Tanjungpura. *JUSTIN: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 2(3). Retrieved from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/justin/article/view/7533>