

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri animasi telah mengalami perkembangan dalam beberapa tahun terakhir berkat permintaan kebutuhan aset animasi, mendorong kemajuan beberapa studio animasi di Indonesia diantaranya termasuk studio animasi Binus, Base FX Jakarta, dan studio Persari. Yang telah berkontribusi pada proses produksi pembuatan animasi, iklan animasi, dan konten digital yang membutuhkan jasa animasi lainnya. Selain itu, banyak studio animasi lainnya yang juga telah bermunculan di Indonesia menunjukkan minat dalam industri animasi yang telah meningkat di negara ini. Adapun salah satu peran studio animasi yang telah berkontribusi dalam menghasilkan kebutuhan konten-konten digital adalah membuat aset untuk kebutuhan efek visual, Studio VFX dapat menghasilkan efek visual yang mengesankan untuk meningkatkan kualitas konten digital, seperti film, serial, dan iklan. Mereka menggunakan teknologi VFX untuk menciptakan efek visual yang kompleks dan realistis, seperti efek khusus, animasi, dan visualisasi 3D. Sebagai pemanfaatannya dalam penggunaan visual effect peran studio animasi juga dapat meningkatkan efisiensi dalam pembuatan iklan dengan menggunakan teknologi animasi untuk menciptakan efek visual yang menarik dalam iklan, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk atau jasa yang dipromosikan. Salah satu studio animasi yang menyediakan jasa vfx untuk keperluan iklan adalah LiteVFX studio.

Lite VFX studio merupakan studio animasi yang berada di Jakarta. Lite VFX menangani urusan produksi hingga pasca produksi. LiteVFX studio berdiri sejak tahun 2007, dalam perannya sebagai studio animasi dan penyedia jasa visual efek membantu dalam menyediakan konten video animasi untuk merek-merek di Indonesia, termasuk dalam produksi iklan televisi, efek visual, animasi 3D, dan video penjelasan. Fokus utama mereka adalah pada efek visual CGI, yang berperan penting selama berdirinya sudah mengerjakan berbagai macam project mulai dari iklan Marjan, INDMILK, provider XL, Indomie dan Lazada

Namun meskipun dengan adanya studio animasi seperti LiteVFX, sayangnya perkembangan teknologi vfx di Indonesia masih terbilang tertinggal dibandingkan dunia luar, Menurut Faqih dan Iryanti (2017), dikarenakan kurangnya tersedia pendidikan yang berfokus pada bidang vfx di Indonesia yang benar-benar dalam pengajarannya terbilang konsisten sesuai mengikuti perkembangan teknologi.

upaya yang dapat digunakan untuk mempromosikan studio animasi yang ada dalam memberikan edukasi terhadap penggiat animasi adalah menggunakan sosial media. Pemanfaatan sosial media memiliki peran penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kesadaran audiens bagi studio animasi demi dapat dikenal lebih banyak kalangan khususnya penggiat animasi. Dengan *platform* yang luas dan penggunaan yang aktif, media sosial memungkinkan perusahaan untuk terhubung langsung dengan audiensnya. Bahkan sosial media mempunyai peran penting dalam kehidupan banyak orang untuk saat ini. Data yang didapat dari databoks.com mengatakan bahwa jumlah pengguna sosial media khususnya instagram tergolong tinggi di indonesia yang mencapai angka 85,3 jt pengguna (Annur, 2024). Angka Tersebut menunjukkan betapa pentingnya media sosial sebagai alat komunikasi bahkan informasi untuk masyarakat indonesia, bahkan sosial media memungkinkan terhubung ke jutaan orang yang ada di seluruh dunia tanpa memandang batas geografis, dapat dengan mudah terjadi pertukaran informasi, ide dan budaya dengan cepat.

Saat ini media sosial yang digunakan untuk mengenalkan konten yang telah dikerjakan oleh liteVFX Studio antara lain YouTube, Instagram, dan situs web pribadi. Namun meskipun dikenal perusahaan industri kreatif dan badan usaha yang berurusan dengan konten kreatif lainnya tetapi liteVFX studio masih belum banyak diketahui oleh orang awam bahkan pada kalangan komunitas animasi terbukti dari follower Instagram sepi dan juga sosial media lainnya yang tidak banyak interaksi dengan audiens sekalipun walau dengan konten yang telah dibagikan.

Tujuan dari penelitian adalah untuk meningkatkan liteVFX studio dalam mengembangkan media promosi yang efektif bagi perusahaan. Dari salah satu diantaranya yaitu dengan membuat inovasi konten pada beberapa media yang digunakan studio mulai dari Instagram dan juga Youtube. Dimana konten yang dirancang berharap tidak hanya bermanfaat untuk keperluan target bisnis saja tapi juga dapat mencakup target audiens komunitas kreatif khususnya animasi . Dengan menyesuaikan target yang telah ditentukan maka konsep perancangan dapat sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Dari perancangan

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. kurang dalam menggunakan media untuk mempresentasikan penawaran jasa
2. Belum terdapat media komunikasi perusahaan yang berfokus pada penjelasan produk

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang ada sebelumnya, rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah “Bagaimana merancang video *Motion Graphic showreel* yang efektif untuk media promosi liteVFX Studio agar dapat secara optimal menyoroti keunggulan lima *selling point* studio?”

### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Demi perancangan dapat tetap pada pembahasan utamanya maka ruang lingkup akan berfokus dalam upaya mempromosikan *selling point* yang ditawarkan liteVFX studio kepada target audiens dengan membuat *Motion Graphic showreel video*. maka ruang lingkup dapat dijabarkan berfokus pada:

#### **1.4.1 Apa**

Perancangan *Motion Graphic showreel video* yang mengenalkan *selling point* liteVFX studio

#### **1.4.2 Siapa**

Target audiens ditujukan untuk para perusahaan yang membutuhkan jasa 3D animasi dalam pembuatan iklan

#### **1.4.3 Kapan**

Perancangan ini dikerjakan pada bulan Maret 2023 hingga Agustus 2023.

#### **1.4.4 Dimana**

Perancangan dan pengumpulan data akan dilaksanakan penulis di Bandung

#### **1.4.5 Kenapa**

Perancangan ini dibuat untuk meningkatkan awareness terhadap *selling point* liteVFX studio demi menginformasikan jasa yang mereka tawarkan

#### **1.4.6 Bagaimana**

Perancangan ini berfokus tentang bagaimana meningkatkan kesadaran klien terhadap liteVFX studio dengan membuat *Motion Graphic showreel video* demi memberikan informasi mengenai *selling point* liteVFX studio

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diambil, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah perancangan media promosi video motion graphic showreel yang dapat menginformasikan *selling point: CGI Replacement, Full 3D Animation, Motion Capture, Directing, Post production* dari liteVFX studio

## 1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Mencari data tentang aspek imaji yaitu dengan mengunduh film dari Youtube. Iklan, film, dokumenter, pertunjukan, banyak diunggah ke Youtube, maka dari itu penelitian dapat diunduh dan dirinci melalui cara capture ke dalam komponen yang diteliti dan diinterpretasikan (Soewardikoen, 2019 : 165). Peneliti melakukan observasi tidak langsung, melalui video youtube, iklan, dan showreels perusahaan kompetitor demi mendapatkan data yang dibutuhkan sehingga dapat mendukung proses perancangan

#### 2. Wawancara

Wawancara merupakan penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman langsung atau pandangan dari individu yg diwawancara. Mencoba menerima informasi secara lisan dari narasumber, dengan percakapan tatap muka. (Soewardikoen, 2019 : 165). Penulis melakukan proses wawancara dengan pihak produser liteVFX studio untuk mendapatkan data yang mendalam

#### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode untuk mendapatkan data dari audiens dengan mengisi pertanyaan tertulis tentang suatu hal dan harus diisi secara tertulis oleh responden (Soewardikoen, 2019 : 35). Kuesioner dilakukan kepada kelompok komunitas animasi dan pekerja kreatif agar dapat mengetahui ketertarikan audiens yang berhubungan

#### 4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan proses peneliti mencari informasi melalui buku dengan tujuan untuk memperluas referensi dan untuk mengisi frame of mind. Studi pustaka juga dapat memperkuat perspektif dan meletakkannya dalam konteks (Soewardikoen, 2019 : 6). Penulis mempelajari buku dan jurnal yang berhubungan sebagai pendukung perancangan

## 1.6.2 Metode Analisis Data

### 1. Analisis data kuesioner

Menganalisis dengan melakukan pengumpulan data kuantitatif dari hasil perhitungan kuesioner, dari data ini dapat disimpulkan faktor mana saja yang signifikan besar dan sebaliknya (Soewardikoen, 2019 : 99). Agar kesimpulan dari data yang sudah dikumpulkan dapat dijabarkan dan dianalisis, hingga akhirnya setiap faktor yang sudah ditentukan dapat terlihat jelas dari yang paling tinggi hingga yang terendah.

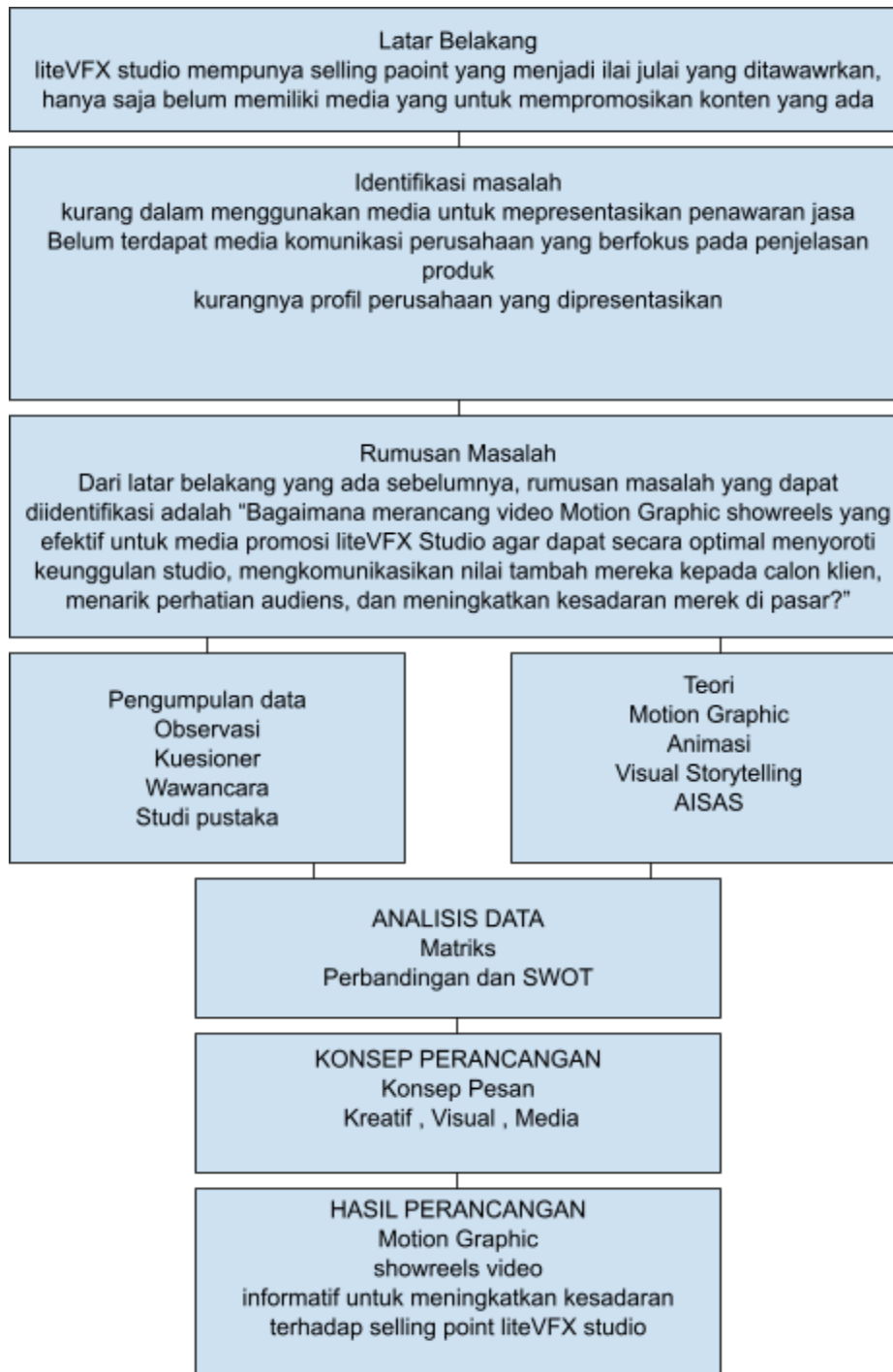
### 2. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks adalah metode analisis yang membandingkan objek visual yang dilihat dengan suatu tolak ukur untuk mendapatkan perbedaannya (Soewaedikoen, 2019 : 104). Metode digunakan demi membandingkan karya visual memakai teori yang ada, dari karya video showreels kompetitor dan media lain yang akan dibandingkan.

### 3. Analisis SWOT

Analisis SWOT berfungsi untuk menilai suatu perusahaan atau produk, dengan memperhitungkan faktor internal yaitu strength dan weakness serta faktor luar terdiri dari opportunity dan threat. Analisis SWOT dilakukan dengan membuat matriks antara faktor luar yaitu peluang dan ancaman pada sisi vertikal dan faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi horizontal (Soewaedikoen, 2019 : 108).

## 1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. Kerangka Perancangan  
Sumber : Data Pribadi

## **1.8 Pembabakan**

Untuk menguraikan laporan ini, saya membaginya menjadi lima bab.

### **BAB I PENDAHULUAN**

permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, serta kerangka perancangan

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan teori-teori tentang Promosi, Teori Desain Komunikasi Visual, dan AISAS sebagai landasan pemikiran untuk konsep perancangan dari latar belakang fenomena dan masalah yang dibahas.

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini menjelaskan mengenai data-data yang telah diperoleh sebagai acuan dalam perancangan serta uraian mengenai hasil wawancara dengan pihak pengelola, kuesioner dari responden, serta analisis data SWOT, kuesioner, dan matriks perbandingan yang berkaitan terhadap masalah yang dibahas sebagai dasar perancangan.

### **BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Konsep dan hasil yang diperoleh dari analisis dan data berdasarkan teori yang digunakan dalam merancang secara keseluruhan dan terdapat konsep perancangan yaitu konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual dan konsep media.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan untuk tugas akhir ini dan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai hasil pemikiran atas keterbatasan yang dilakukan pada waktu sidang dan penelitian berlangsung.