

PEMBUATAN VIDEO IKLAN ANIMASI DUA DIMENSI UNTUK PERUSAHAAN CV RK NET MENGGUNAKAN *SOFTWARE* WONDERSHARE FILMORA

¹Ardega Dwi Sonesta, ²Seliwati

^{1,2}Program Studi Manajemen Informatika DIII

^{1,2}Politeknik PiksiGanesha, Jl. Jend. Gatot Soebroto No. 301 Bandung.

E-mail: ¹piksi ardega.19306029@gmail.com, ²seliwati@piksi.ac.id

ABSTRACT

In this modern era, users of internet services are very tight, so that RK NET companies are starting to experience a decrease in buyers. Therefore, the authors are interested in making advertising videos as promotional media with clear images, colors that look comfortable, attractive animations, audio that is pleasing to the ear and information that is conveyed and easy to understand. This advertising video is made in the form of two-dimensional animation using Wondershare Filmora software. The method used is collecting data, analyzing equipment requirements, then determining the production concept with three stages, namely pre-production, production, and post-production. The results of making this ad video to be posted on social media.

Keywords: *Advertisement Video, 2D Animation, Filmora.*

ABSTRAK

Di era modern ini pengguna jasa layanan internet sangat ketat, sehingga di perusahaan RK NET mulai mengalami penurunan pembeli. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat video iklan sebagai media promosi dengan gambar yang jelas, warna yang terlihat nyaman, animasi yang menarik, audio yang enak didengar dan informasi yang tersampaikan serta mudah dipahami. Video iklan ini dibuat dalam bentuk animasi dua dimensi dengan menggunakan software Wondershare Filmora. Metode yang digunakan adalah mengumpulkan data, menganalisis kebutuhan alat, kemudian menentukan konsep produksi dengan tiga tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pascaproduksi. Hasil pembuatan video iklan ini untuk di posting di media sosial.

Kata kunci : Video Iklan, Animasi 2D, Filmora

PENDAHULUAN

Jual beli memang menjadi sebuah Pada era modern ini sangat ketat dalam persaingan penjualan paket internet khususnya dalam kategori wifi, dan di perusahaan jaringan RK NET mulai mengalami penurunan daya tarik pembeli, maka dari itu diperlukan adanya pembuatan iklan yang menarik untuk mempromosikan dan mengajak pengguna internet khususnya wifi kembali membeli paket internet di perusahaan jaringan RK NET. Tentunya dengan membuat iklan yang menarik sebagai media promosinya.

Iklan ialah suatu permintaan yang memasarkan sebuah produk ataupun jasa yang memilih kepada keramaian dengan melewati suatu media untuk membuat orang atau konsumen tahu, ingat dan terbujuk dengan produk tersebut.

Membuat iklan dapat dalam bentuk visual, audio, dan gerak. Dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, pembuatan iklan semakin beragam bentuknya. Salah satunya membuat iklan dalam bentuk animasi 2D. Animasi 2D adalah kumpulan gambar 2D yang di gerakan sesuai urutan dan menjadi sebuah gambar yang bergerak. Animasi 2D dipilih untuk mengiklankan suatu produk karna di anggap efisien dan menarik untuk dilihat. Selain menarik, biaya pembuatannya tidak terlalu mahal dan tidak membutuhkan banyak tenaga manusia untuk mengiklankan produk. Namun pembuatannya memerlukan kreatifitas dan keterampilan yang memadai.

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis bermaksud membuat video iklan animasi dua dimensi yang menarik untuk mempromosikan jasa internet dari RK NET agar para pengguna internet wifi kembali membeli paket internet di perusahaan jaringan RK NET, tentunya dengan video iklan yang menarik untuk di lihat. Pembuatan video animasi ini menggunakan software Filmora.

TINJAUAN PUSTAKA

Video adalah media yang bisa menampilkan gambar bergerak yang bisanya juga disertai dengan suara (Sukiman). Kriyantono telah menyimpulkan bahwa iklan merupakan bentuk komunikasi non-personal yang menjual pesan-pesan secara persuasif dari sponsor yang jelas dengan membayar biaya untuk media yang digunakan guna mempengaruhi orang agar membeli produk yang ditawarkan. Menurut Agus Suheri, definisi dari animasi adalah kumpulan dari gambar yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan gerakan.

Menurut *Merriam-Webster*, multimedia diartikan sebagai penggunaan atau pelibatan beberapa media. Multimedia juga merupakan teknik penggabungan suara atau audio, video, dan teks untuk mengekspresikan ide atau berkomunikasi dengan fasilitas teknis seperti perangkat lunak. atau berkomunikasi dengan fasilitas teknis seperti perangkat lunak. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan multimedia sebagai penyediaan informasi pada komputer yang menggunakan suara, grafik, animasi, dan teks. Hal senada juga dilakukan Cambridge Dictionary yang mengartikan multimedia sebagai penggunaan kombinasi gambar bergerak, suara, musik, dan kata-kata, terutama dalam komputer atau hiburan. Multimedia juga disebut sebagai perangkat komunikasi atau berbagi informasi dalam bentuk suara, gambar, dan video, serta teks

Filmora Video Editor adalah sebuah aplikasi atau program yang dikeluarkan oleh Wondershare yang dirancang untuk memproses / mengedit video. Proses pengeditan video dengan Filmora relatif cukup mudah dan sederhana tapi memiliki kualitas yang cukup powerful.

METODE

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi terkait pembuatan video iklan radio RASE FM. Pengumpulan data ini dilakukan dengan antara lain:

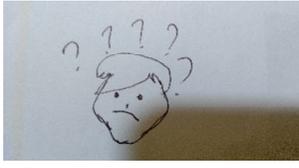
- a. *Interview*
Penulis melakukan proses *interview* kepada beberapa karyawan yang terkait dengan penelitian pembuatan video iklan radio RASE FM ini dengan cara tanya jawab.
- b. *Internet*
Penulis melakukan *research* melalui internet dan media sosial RK NET untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam pembuatan video iklan RK NET untuk mendapatkan informasi penelitian.

Storyboard

Storyboard merupakan papan cerita sebagai salah satu cara alternatif untuk mensketsakan kalimat penuh sebagai alat perencanaan. Berikut adalah susunan *storyboard* tiap layar untuk pembuatan video iklan RK NET.

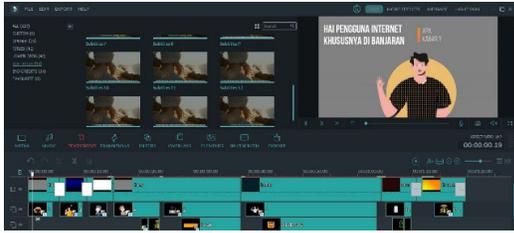
Tabel 1. Susunan *Storyboard*

Layar	Tampilan	Keterangan
1		Intro yang menyapa
2		karakter menguloh.

3		karakter yang sedang bingung.
4		Memberi solusi beli di RK NET.
Layar	Tampilan	Keterangan
5		Sebuah handphone untuk nomor telepon RK NET.
6		Animasi yang mengajak beli di RK NET.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap selanjutnya setelah *pra-produksi* yaitu produksi. Dalam proses ini dilakukan pembuatan video animasi dua dimensi menggunakan Wondershare Filmora.



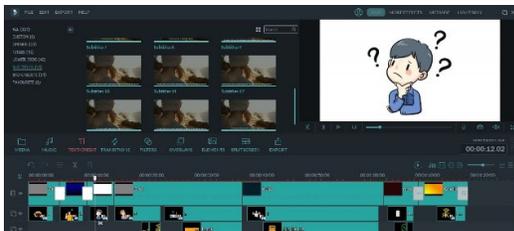
Gambar 1 Proses editing Layar 1

Gambar 1 menampilkan proses pembuatan animasi karakter menyapa. Dalam proses ini menggunakan teknik animasi *zoom in to the up*.



Gambar 2 Proses editing Layar 2

Gambar 2 menampilkan proses pembuatan karakter animasi yang terlihat banyak masalah.



Gambar 3 Proses editing Layar 3

Gambar 3 menampilkan proses pembuatan karakter animasi kebingungan. Dalam proses ini menggunakan gambar karakter yang merasa bingung dan bertanya tanya.



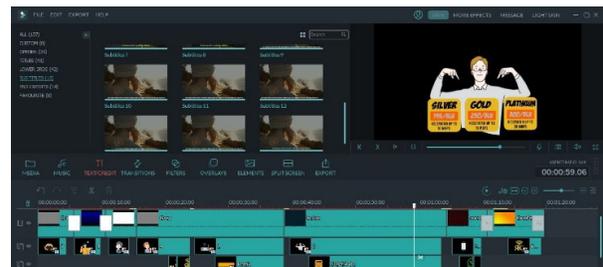
Gambar 4 Proses editing Layar 4

Gambar 4 menampilkan proses pembuatan karakter animasi yang memberi solusi.



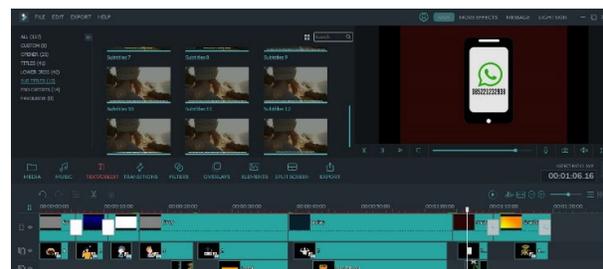
Gambar 5 Proses editing Layar 5

Gambar 5 menampilkan pembuatan animasi yang menjelaskan manfaat dari produk RK NET.



Gambar 6 Proses editing Layar 6

Gambar 6 menampilkan karakter yang menjelaskan produk apa saja yang ada di RK NET.



Gambar 7 Proses editing Layar 7

Gambar 7 Dalam proses ini menggunakan gambar smartphone yang berisi nomor telepon RK NET dan akun sosial media nya.



Gambar 8 Proses editing Layar 8

Gambar 8 menampilkan proses pembuatan animasi logo perusahaan RK NET dan motto dari perusahaan RK NET.

Pasca Produksi

1. *Exporting*
 Tahap terakhir pada konsep produksi yaitu pasca produksi. Pada proses terakhir ini mulai dimasukkan semua layer, *backsound* dan *voice over*. Backsound yang digunakan adalah *A WAY FOR ME - Nicolai Heidlas* untuk dijadikan suara latar video iklan perusahaan RK NET. Suara ini digunakan untuk memberikan suasana baru yang segar dan menambah daya tarik dalam menonton video. Ditambah dengan *voice-over* atau pengisian suara serta teks di setiap *scene* video untuk memberikan penjelasan agar lebih mudah di pahami sehingga penonton bisa mengerti mengenai keterangan video iklan RK NET dengan adanya pengisian suara dan teks ini, penonton juga dapat menikmati konten video iklan RK NET.
 Setelah proses *editing* lanjutan selesai, maka dilakukan *exporting* menjadi sebuah video dengan durasi satu menit.
2. Pengujian dan hasil
 Setelah *exporting* video iklan perusahaan RK NET selesai, penulis melakukan proses pengujian untuk mengetahui

apakah video iklan RK NET ini telah sesuai dengan struktur dasar iklan yaitu:

Tabel 2 Parameter Struktur Iklan

Unsur	Ada	Tidak ada
Orientasi Iklan	√	
Tubuh Iklan	√	
Justifikasi Iklan	√	

Setelah dipastikan dipastikan memenuhi kriteria sebagai iklan, maka pengujian dilakukan dengan cara membagikan link video yang di *upload* di instagram https://www.instagram.com/reel/Clb8nEMBha_/?igshid=YmMyMTA2M2Y= untuk di tonton oleh para *audience*, setelah itu penulis membagikan link *Google Forms* kepada *audience* sebagai responden. Batas waktu yang digunakan untuk mengumpulkan responden yaitu pada pukul 15.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB. Data yang diambil berupa faktor tampilan video.

Pengujian video iklan ini dilakukan pada 10 responden dimana setiap 1 orang responden memiliki nilai perentasi (10%). Pengujian di tunjukan untuk memberikan kesimpulan bahwa video ini menarik dan layak untuk di publikasikan di social media RK NET nantinya. Berikut adalah pertanyaan untuk para *audience* yang akan di tanyakan di *Google Forms*.

Tabel 3. Pertanyaan dalam segi tampilan

No	Pertanyaa n	Pilihan jawaban		
1	Apakah video ini	Bai k	Cuku p	Kuran g

	dari segi gambar terlihat jelas untuk di tonton?			
2	Apakah video ini dari segi warna terlihat nyaman untuk di dilihat?	Baik	Cukup	Kurang
3	Apakah video ini menarik dari segi animasi?	Baik	Cukup	Kurang
4	Apakah video ini enak untuk didengarkan dari segi audio?	Baik	Cukup	Kurang
5	Apakah informasi dalam video tersebut tersampaikan dan mudah untuk dipahami?	Baik	Cukup	Kurang

Penulis merekap data yang masuk dan memasukan data ke dalam tabel untuk bisa di analisis dengan baik. Setelah melakukan pengujian maka akan didapat data hasil pengujian sebagai berikut:

- a. Tabel 4 menunjukkan responden berdasarkan pendapat tentang video ini dari segi gambar. Jumlah responden yang berpendapat baik ada sebanyak 10 orang (100%), 1 yang berpendapat cukup, dan tidak ada yang berpendapat kurang. Maka dapat

disimpulkan responden setuju bahwa video ini dalam segi gambar yang terlihat jelas untuk di tonton.

Tabel 4
Data Responden Berdasarkan dari Segi Gambar

Penilaian	Angka	Presentasi
Baik	10	90%
Cukup	0	10%
Kurang	0	0
Total	0	100%

- b. Tabel 4.5 menunjukkan responden berdasarkan pendapat tentang video ini dari segi warna. Jumlah responden yang berpendapat baik ada sebanyak 8 orang (80%), yang berpendapat cukup tidak ada, dan ada yang berpendapat kurang 2 orang (20%). Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa video ini dari segi warna *fresh* dan nyaman untuk dilihat, sehingga memberikan nuansa yang berbeda.

Tabel 5
Data Responden Berdasarkan dari Segi warna

Penilaian	Angka	Presentasi
Baik	8	80%
Cukup	0	0
Kurang	2	20%
Total	10	100%

Table 6 menunjukkan responden berdasarkan pendapat tentang video ini dari segi Animasi. Jumlah responden yang

berpendapat baik ada sebanyak 10 orang (100%), dan tidak ada yang berpendapat cukup maupun kurang. Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa video ini menarik dari segi Animasi yang berjalan sebagai ilustrasi yang sangat membantu memudahkan video untuk dimengerti oleh penonton.

Tabel 6
Data Responden Berdasarkan dari Segi animasi

Penilaian	Angka	Presentasi
Baik	10	100%
Cukup	0	0
Kurang	0	0
Total	10	100%

c. Tabel 7 menunjukkan responden berdasarkan pendapat tentang video ini dari segi audio. Jumlah responden yang berpendapat baik ada sebanyak 9 orang (90%), yang berpendapat cukup ada sebanyak 1 orang (10%), dan sisanya tidak ada yang berpendapat kurang. Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa video ini enak untuk didengarkan dari segi audio baik itu *backsound* maupun *voice over*.

Tabel 7
Data Responden Berdasarkan dari Segi audio

Penilaian	Angka	Presentasi
Baik	9	90%
Cukup	1	10%
Kurang	0	0

Total	0	100%
-------	---	------

e. Tabel 8 menunjukkan responden berdasarkan pendapat tentang video ini dari segi informasi. Jumlah responden yang berpendapat baik ada sebanyak 9 orang (90%), yang berpendapat cukup ada sebanyak 1 orang (10%), dan sisanya tidak ada yang berpendapat kurang. Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa informasi di video sudah tersampaikan dan mudah dipahami.

Tabel 8 Data Responden Berdasarkan Dari Segi Informasi

Penilaian	Angka	Presentasi
Baik	9	90%
Cukup	1	10%
Kurang	0	0
Total	0	100%

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa video iklan perusahaan RK NET ini memiliki penilaian cukup baik, informasi tersampaikan, mudah dipahami dan layak untuk dipublikasikan di sosial media perusahaan RK NET.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembuatan video iklan tugas akhir ini penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan membuat video iklan animasi dua dimensi RK NET ini menjadi daya tarik bagi konsumen untuk kembali membeli paket internet RK NET.
2. Menjadikan video tersebut sebagai media promosi perusahaan RK NET dengan gambar yang jelas ditonton, warna yang nyaman dilihat, animasi

- yang menarik, audio yang enak didengar dan informasi yang tersampaikan dan mudah dipahami.
3. Dengan hasil kuesioner dari data responden maka penilaian berdasarkan dari segi gambar, warna, animasi audio dan informasi. Semua total yang berpendapat Baik ada 8 sampai 10 orang dan yang berpendapat Cukup ada 1 sampai 3 orang dan ada 2 orang yang berpendapat kurang, maka dapat disimpulkan bahwa video ini berhasil dan cukup layak untuk di publikasikan.

Masyarakat "Masa Depan Tanpa Narkoba", Jurnal Teknik Informatika. Jurusan Teknik Informatika. STMIK GI MDP. hal 4

DAFTAR PUSTAKA

- Erlina. 2013. *Membuat Media Mengajar Visual*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Gunawan, Bambi Bambang. 2013. *Nganimasi Bersama Mas Be!*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Lin, Chih-cheng. 2012. *Video and Animation For Vocabulary Learning: A Study on Difficult Words*. Journal Of Educational Technology National Taiwan Normal University. Online at <http://web.a.ebscohost.com/ehost/> [accessed 05/09/2022]
- Rohani, Ahmad. 2014. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Yunita, S., 2014. "Teknik Film Animasi dalam Dunia Komputer". Jurnal SAINTIKOM. Studi Sistem Komputer , STMIK Triguna Dharma..Vol 10 No 3. hal 215.
- Syafrudin, C., dkk. 2013. "Pembuatan Film Animasi Pendek "Dahsyatnya Sedekah" Berbasis Multimedia Menggunakan Teknik 2d Hybrid Animation Dengan Pemanfaatan Graphic". Jurnal Sarjana Teknik Informatika. Vol. 1. No. 1
- Setiawan, B., dkk. 2015. "Rancang Bangun Pembuatan Animasi Iklan Layanan