



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Iklan di televisi merupakan hal yang sudah sangat lumrah. Ketika menonton drama atau berita pasti diselingkan dengan bermacam iklan. Hal ini terancam berubah ketika internet semakin berkembang dan dikenal luas yang membuat video komersial bisa ditemukan di mana saja. Namun meskipun adanya ancaman dari perkembangan internet, keberadaan dan pentingnya televisi tidak menurun secara signifikan. Hal tersebut diungkapkan oleh Newth (2013: hlm. 152) bahwa iklan akan lebih berkesempatan sukses di televisi daripada di media dalam jaringan. Hal tersebut terjadi karena video di media dalam jaringan sangat banyak dan diunggah setiap detiknya. Karena hal tersebutlah penulis memutuskan untuk membuat iklan televisi, dan iklan penting untuk disampaikan melalui medium yang lebih disenangi penonton. Iklan produk yang dirancang penulis mengenai sereal coklat yang ditujukan pada anak-anak, dan dikemas dengan pendekatan yang dapat menarik minat anak-anak, yaitu dalam bentuk animasi.

Animasi adalah gambar diam yang digambar berulang dengan berbagai perbedaan dan jika terus-menerus diperlihatkan bergantian akan menimbulkan efek bergerak. Berdasarkan Williams (2009: hlm.11-12), setelah tahun 1824 yaitu setelah ditemukannya teori *Persistence of Vision*, semakin gencar pula dibuat alat-alat yang memudahkan manusia untuk menikmati gambar yang terlihat bergerak.

Hal ini tentunya menunjukkan bahwa manusia sejak awal sudah peka dengan pergerakan, dan memiliki niat untuk menyampaikan pergerakan melalui gambar.

Selain sebagai hiburan semata, animasi dapat pula digunakan menjadi media untuk memasarkan produk. Contohnya pada animasi *stop motion* tertua yang masih tersimpan yang berjudul "*Matches: An Appeal*" oleh Arthur Melbourne Cooper. Animasi sebagai iklan ini membuka jalan baru bagi orang lain untuk meningkatkan penjualan melalui iklan. Semenjak itu, animasi pun semakin banyak diterapkan ke dalam iklan baik animasi *stop motion*, gambar dua dimensi, maupun tiga dimensi. Saat ini sudah banyak iklan yang menggunakan animasi baik secara campuran antara rekaman asli dengan animasi, maupun iklan yang menggunakan animasi sepenuhnya.

Animasi yang penulis kerjakan ialah animasi penuh tiga dimensi untuk mengiklankan produk fiktif *cereal* bermerek Chokolasius. Animasi ini menceritakan seorang anak laki - laki dan maskot produk yang berusaha merebut harta terlezat, yaitu Chokolasius. Laporan ini membahas perancangan karakter maskot dan adik. Maskot merupakan hal penting, karena maskot hakikatnya untuk memberikan gambaran merek produk, memperkuat citra merek dari produk. Dalam konteks iklan *cereal*, maskot dapat menjadi teman, ataupun sosok yang disukai anak-anak. Karakter adik pun dipilih penulis karena karakter anak (adik) di dalam iklan dapat merepresentasikan anak-anak di Indonesia dalam usia sekolah yang menjadi sasaran iklan ini. Penulis menganggap perancangan karakter penting karena karakter akan menarik perhatian anak-anak untuk mengikuti cerita dan menjadi pengingat akan produk yang dijual.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diungkapkan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang karakter maskot dan anak yang dapat mewakili Chocolasius?

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi pembahasan hingga:

- Merancang warna karakter maskot yang dapat mewakili Chocolasius untuk anak-anak
- Merancang warna karakter adik yang dapat mewakili Chocolasius untuk anak-anak

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk membuat iklan televisi mengenai sereal yang dapat mewakili produk dan mudah diingat anak-anak yang melihat iklan tersebut.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Untuk merancang karakter yang berguna menjadi referensi oleh mahasiswa yang hendak merancang karakter, maskot, dan TVC.