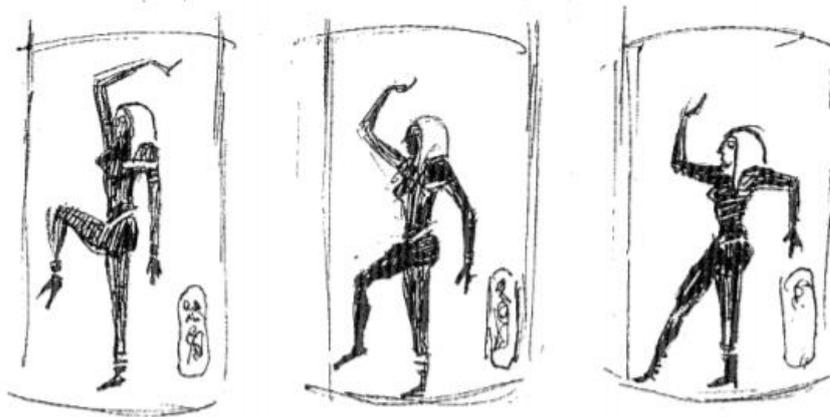


BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Animasi

Menurut Williams (2001), sekitar 35.000 tahun yang lalu manusia menggambar di dalam sebuah gua. Gambar – gambar tersebut berupa hewan yang mereka buru saat itu. Untuk menunjukkan sebuah gerakan biasanya mereka menggambar hewan tersebut dengan 4 pasang kaki tambahan. hal serupa dapat di lihat pada tahun 1600 sebelum masehi ketika Pharaoh Ramses II membuat kuil untuk Dewi Isis. Kuil tersebut memiliki 110 pilar yang berisikan banyak gambar. Setiap gambar yang ada di pilar tersebut memiliki posisi yang berbeda – beda. Adapun gambar penunggang kuda yang sedang melewati Dewi Isis, gambar tersebut seperti bergerak karena memiliki posisi yang berbeda beda pada masing masing gambar.



Gambar 2. 1. Pergerakan Dewi Isis
(sumber: The Animators Survival Kit)

Sekarang ini para “*classical*” animator masih menggunakan metode *flip book* untuk melihat gerakan pada gambar sebelumnya. Mereka melakukan hal tersebut sebelum melakukan *test* menggunakan video atau kamera film. Johnston (1955), mengatakan sejak ditemukannya lukisan dalam gua, hal tersebut banyak membantu seniman berkembang dari masa ke masa. Seniman banyak bereksperimen tentang bentuk dengan adanya lukisan gua tersebut. Namun pada masa masa tersebut belum ada sebuah benda yang dapat mengabadikan momen momen tertentu. Hingga akhirnya pada tahun 1800 mulai berkembangnya kamera, baik kamera foto maupun kamera pembuatan film. Dengan terjadinya perkembangan kamera film yang dapat menangkap gambar secara berurutan, munculah sebuah bentuk seni baru yaitu animasi.



Gambar 2. 2. Lukisan Dalam Gua
(sumber: The Illusion Of Life: Disney Animation)

2.2. Motion Graphic

Sedikit sejarah mengenai *motion graphic* menurut Krasner (2008), berkat pengaruh besar yang diberikan pembuat *experimental film* yang sukses di tahun 1920. Baik animator dan desainer grafis pada di tahun 1920 banyak melakukan percobaan dengan menggabungkan animasi dengan desain grafis dalam pembuatan *film title*. Puncaknya pada tahun 1950 pengembangan dari *animated film title* tersebut membentuk sebuah desain grafis baru yang sekarang disebut sebagai *motion graphic*.

Sama halnya dengan Krasner dalam jurnalnya Schlittler (2014) berpendapat, bahwa *motion graphic* telah digunakan dari masa ke masa untuk membantu mempromosikan film dan acara televisi. Saul Bass adalah salah satu pelopor yang menurutnya paling berpengaruh besar dalam penggunaan *motion graphic*. Karena penggunaan *title sequence* dalam filmnya masih terus menginspirasi dari generasi ke generasi berikutnya.



Gambar 2. 3. *Spartacus Title Sequence* by Saul Bass
(sumber: <http://classiq.me/the-art-of-the-title-sequence>)

Mrvac (2008) menyebutkan animasi tidak bisa dikatakan *motion graphic*. Namun jika menggabungkan penggunaan tulisan dan gambar tetapi tidak memiliki cerita yang spesifik, animasi bisa dikatakan sebuah *motion graphic*. Hal ini membuat desainer menjadi dilema, karena banyak orang menilai *motion graphic* adalah teknik yang digunakan desainer untuk membuat animasi (Schlittler, 2014). Untuk mengurangi dilema akan definisi tersebut hal yang perlu diperhatikan dilakukan membandingkan animasi dengan *motion graphic*. Jika sudah paham akan perbedaan tersebut maka akan lebih mudah untuk memahami definisi dari *motion graphic* itu sendiri.

Crooks (2012) mengatakan dalam bukunya *motion graphic* memiliki kemampuan yang unik dalam hal menarik perhatian *audience*, yaitu dengan menggunakan *voice over*. Dengan adanya *voice over*, *audience* bisa duduk dengan tenang sambil memperhatikan gambar tanpa harus membaca penjelasan tentang materi atau informasi yang sedang disampaikan. Karena semua penjelasan tersebut telah diubah menjadi suara melalui *voice over*. Selain *voice over*, menurut Mrvac tambahan tipografi dalam membuat *motion graphic* menjadi salah satu cara untuk membuat *audience* menjadi mengerti dengan apa yang ingin disampaikan oleh desainer.

2.3. Elements of Visual Design

Tomita (2015), elemen visual desain merupakan bahan dasar untuk seorang desainer membuat sebuah desain. Elemen visual tersebut diidentifikasi menjadi *line*, *shape*, *form*, *space*, *color*, *value*, dan *texture*. Tidak jauh berbeda

dengan Tomita, WGI Percussion mengatakan elemen desain merupakan sebuah pondasi dasar dalam membuat sebuah karya seni. Dan juga hampir semua karya seni baik digital maupun tidak pasti menggunakan beberapa elemen – elemen desain tersebut. Berikut ini adalah tujuh elemen desain menurut WGI Percussion:

1. *Line*, merupakan sebuah tanda diantara dua titik.
2. *Shape*, objek 2D yang terbuat dari gabungan garis (*line*).
3. *Form*, objek 3D yang terbuat dari gabungan garis dan memiliki sebuah *volume*.
4. *Space*, adalah sebuah area diantara/disekitar elemen desain
5. *Value*, merupakan gelap atau terangnya sebuah objek berdasarkan penggunaan warna
6. *Texture*, berhubungan dengan bentuk permukaan sebuah objek. Contoh batu memiliki permukaan kasar.
7. *Color*, biasanya untuk menggambarkan *mood* dari sebuah desain.

2.4. Flat Design Style

Menurut Pratas (2014) *flat design* merupakan sebuah desain digital yang menjadi trend pada tahun 2013. Desain ini memiliki karakteristik minimalis, dan fokus menghilangkan elemen yang dapat membuat dan memberikan dimensi tambahan terhadap desain tersebut. *Flat design style* cepat mendapatkan perhatian dari desainer karena memberikan dampak yang besar ketika dilihat, namun dengan pendekatan yang mudah. Dan juga *flat design* hadir sebagai desain alternatif dari *skeuomorphic design*.



Gambar 2. 4. Skeuomorphic Design Vs Flat Design

(sumber: <https://clearbridgemobile.com/skeuomorphism-vs-flat-design/>)

Rigou (2018), istilah *flat design* biasa digunakan untuk menggambarkan sebuah *style* yang menghilangkan elemen *stylistic* karakter seperti *shadow*, *texture*, dan *gradient*. Adapun klasifikasi sebuah karakter design yang bisa dibidang merupakan *flat design style*:

1. Tidak ada efek tambahan, yaitu pada dasarnya *flat design* menghilangkan elemnt yang menunjukkan kesan 3D.
2. Elemen sederhana, pada dasarnya *flat design* mengutamakan elemen yang sederhana mulai dari warna hingga bentuk.

3. Tipografi, karena *flat design* banyak digunakan untuk sebuah *interface* tipografi berguna sebagai pemberi petunjuk kepada pengguna.
4. Warna, kebanyakan dari *flat design* menggunakan palet warna yang lebih cerah dibandingkan desain lainnya.
5. Minimalis, mengurangi penggunaan elemen agar *flat design* terlihat lebih sederhana.

Tidak jauh berbeda dengan Rigou, Cao (2015) dalam bukunya menyebutkan ada 5 karakteristik yang sering ditemukan dalam pembuatan *flat design* yaitu, warna dinamis, *long shadow*, tipografi, *ghost button*, dan minimalis.

2.4.1. Minimalis

Pendekatan minimalis dalam *flat design* yaitu dengan memberikan kesan sederhana terhadap semua *design* yang dibuat. Dan mengurangi penambahan elemen agar semuanya terlihat sesederhana mungkin tanpa memberikan visual tambahan kecuali, tambahan berupa fotografi sederhana (Rigou, 2018, hlm. 3). Menurut Cousin (2013), *flat design* sudah secara alami dan dapat menyatu secara mudah dengan pendekatan minimalis. Karena *design* minimalis menghindari penggunaan elemen tambahan dan biasanya hanya menambahkan sedikit warna dan tipografi. Minimalis bukan sekedar kekosongan, tetapi secara sengaja mengambil semua elemen yang dapat mengganggu *user* ketika melihat sebuah konten (Cao, 2015).



Gambar 2. 5. *Flat Design* Minimalis

(sumber: <https://uxmag.com/articles/a-look-at-flat-design-and-why-its-significant>)

2.4.2. Tipografi

Tipografi merupakan sebuah seni menyusun huruf sehingga huruf huruf tersebut dapat dibaca dan juga memiliki nilai *design*. Selain itu tipografi juga bertujuan untuk menerjemahkan kata kata (lisan) kedalam bentuk visual (Anindita, 2016). Karena *flat design* sederhana hal ini membuat tipografi menjadi salah satu elemen penting ketika ingin melakukan interaksi. Tipografi harus menunjukkan dan memberikan panduan pada *user*. Salah satu *typefaces* yang digunakan biasanya mendekati karakteristik *design* itu sendiri (Rigou, 2018).

2.4.3. Warna Dinamis

Menurut Cao, untuk mengurangi kesan kurangnya efek visual pada *flat design*. Biasanya *flat design* mengimplementasikan warna dinamis, seperti penggunaan warna cerah. Warna tersebut digunakan untuk mengurangi kesan membosankan. *Flat design color palettes* lebih sering menggunakan warna cerah dan juga penuh warna. *Color palettes* yang digunakan enam sampai delapan warna sedangkan

design lain hanya terfokus pada dua sampai tiga warna saja. Dan juga *hues* cenderung kearah *vibrant* atau warna paling murni yang terdapat dalam *color wheels* (Cousin, 2013).



Gambar 2. 6. *Dynamic Color Pallete*

(sumber: <https://www.color-hex.com/color-palette/69178>)

2.5. *Instructional Design*

Menurut Branch (2009), desain instruksional menggunakan proses yang sistematis untuk mengembangkan sarana edukasi dan program latihan. Desain instruksional dapat membantu *audience* membayangkan hasil akhir yang akan dicapai. Maka dari itu tujuan utama sebuah desain instruksional adalah menyampaikan cara pembuatan sebuah barang dari awal hingga akhir secara sistematis. Ada 5 konsep utama yang harus diperhatikan dalam pembuatan desain instruksional yaitu :

1. *Analyze*, menganalisa target yang ingin dicapai dari instruksional *design*
2. *Design*

3. *Develop*, menghasilkan konten yang dapat membantu pembelajaran
4. *Implement*, mempersiapkan bahan dan materi yang ingin disampaikan
5. *Evaluate*, mengevaluasi tahapan-tahapan yang sudah diberikan apakah sudah cukup jelas atau masih berantakan.

2.5.1. Instructional Video

Buchner (2018) mengatakan, penggunaan video untuk proses pembelajaran telah digunakan sejak dahulu. Namun di era yang sudah memiliki jaringan internet ini, sekarang video pembelajaran lebih mudah untuk didapatkan. Karena berkat adanya YouTube, Vimeo, dan media sosial lainnya masyarakat dapat mencari video pembelajaran yang mereka inginkan. *Style* dari masing-masing video juga dapat bervariasi, ada yang menggunakan rekaman suara dan layar laptop secara langsung ada pula yang menggunakan sosok 2D/3D untuk menyampaikan sebuah cerita. Selain itu berkat adanya *smartphone* masyarakat dapat melihatnya dimanapun mereka mau tanpa harus selalu duduk di depan komputer.

Sama halnya dengan Buchner, Hadijah (2016) berpendapat lewat video instruksional dapat memudahkan penonton untuk lebih memahami apa yang ingin disampaikan oleh pemberi materi. Video tersebut harus dapat menarik perhatian penonton agar tetap fokus selama video berlangsung. Kualitas yang ditampilkan video instruksional juga menjadi salah satu bagian penting. Karenanya jika kualitas video yang ditampilkan buruk, dapat membuat penonton sulit memahami isi yang ingin disampaikan oleh pemberi materi.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika ingin mulai membuat video instruksional. Pertama, melakukan analisa tentang materi yang akan disampaikan melalui video tersebut. Ini dilakukan untuk menghindari materi yang akan di berikan terlalu sulit dipahami oleh penonton. Berikutnya menyiapkan *storyboard*, dengan *storyboard* nantinya video yang dihasilkan dapat lebih detail dan tidak bertele – tele. Terakhir menurut Buchner adalah mengikuti prinsip yang ada dalam proses pembuatan video instruksional, antara lain yaitu:

1. *Combine visualization with voice*, memberikan *voice over* untuk membantu penjelasan dari gambar yang diberikan.
2. *Avoid distraction*, menghindari penggunaan tahapan yang tidak penting sehingga mengganggu alur instruksi yang diberikan
3. *Keep it short*, buat video sependek mungkin namun jelas apa yang ingin disampaikan *creator*.

2.6. Gaya Hidup Penikmat Kopi

Budaya minum kopi awal mulanya berasal dari Amerika Serikat pada tahun 1971, dimana untuk pertama kalinya kedai kopi *Starbucks* muncul. Rata rata pelanggan datang hanya untuk berkumpul bersama kerabat atau juga menikmati suasana sambil menikmati minuman kopi yang disajikan kedai tersebut. Lambat laun budaya tersebut mulai tersebar ke Eropa dan juga Asia. Sebagai salah satu pelopor kedai kopi, *Starbucks* berhasil melebarkan sayapnya dengan membuka kedai sebanyak 5.886 toko di seluruh dunia termasuk Jakarta (Said, 2015). Said juga mengatakan budaya ngopi di Indonesia berawal dari Jakarta sekitar awal tahun

1990-an, dimana pada saat ini banyak mall mulai bermunculan. Dan yang kedai kopi *Oh La La* dan *Excelsa* menjadi pelopor budaya ngopi pertama kali di Jakarta. Kedua kedai menawarkan nuansa yang berbeda pada saat itu, dimana konsep ke mall pertama kali di tahun 1990 hanya untuk kumpul bersama teman menikmati waktu luang.

Setelah bertahun-tahun melihat peluang bisnis yang lumayan menjanjikan lewat kedai kopi. Di masa sekarang ini banyak pebisnis muda yang mencoba peruntungannya melalui kedai kopi. Selain di dalam mall, sekarang dapat dilihat banyak kedai kopi bermunculan di pinggir jalan. Menjamurnya bisnis kedai kopi tersebut tidak lain halnya karena gaya hidup anak muda sekarang yang suka berkumpul bersama menghabiskan waktu di satu tempat. Maka dari itu masing-masing kedai kopi memiliki nuansa yang berbeda dari satu ke yang lainnya.

Menurut Auliya, berkumpul bersama di kedai kopi untuk menikmati kopi bersama kolega telah menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Mereka menghabiskan waktu bersama untuk menikmati kopi dan hidangan yang disajikan di kedai tersebut. Nurazizi (2013) berpendapat kedai kopi sudah memiliki pergeseran makna, yaitu selain mengunjungi kedai untuk secangkir kopi sekarang mengunjungi kedai kopi adalah bagian dari gaya hidup. Seiring berkembangnya waktu, kedai mulai berganti nama menjadi *coffee shop*. Dimana perbedaan tersebut akan terlihat dari desain interior yang lebih modern dan juga menu yang disajikan. Selain itu hadirnya *coffee shop* juga menimbulkan adanya jarak yang berbeda antar kalangan konsumen. Hal ini terlihat dari fasilitas dan harga yang diberikan oleh pemilik kedai kopi atau *coffee shop*. Walaupun rasa tidak se enak di

kedai kopi biasa, konsumen terkadang mengutamakan fasilitas yang diberikan oleh kedai kopi sekarang ini.

Demartoto (2015) dalam jurnalnya membagi dua perbedaan motif konsumen mengkonsumsi kopi. Pertama adalah saat konsumen merasa gundah ketika ada suatu masalah yang belum bisa terselesaikan. Lalu ada juga yang meminum kopi sebagai penghilang rasa jenuh dan penat. Namun menurut Demartoto juga gaya hidup penikmat kopi bisa terbilang bersifat berlebihan. Karena penikmat kopi rata rata lebih mengutamakan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*). Terkadang ada juga penikmat kopi yang rela mengeluarkan biaya besar sekedar untuk meminum kopi yang memiliki rasa atau aroma yang unik.