

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi membuat manusia untuk bermimpi melakukan hal-hal yang dahulu dianggap mustahil. Salah satunya adalah dengan menggunakan teknologi *augmented reality* di mana secara harafiah memberikan kesempatan manusia untuk dapat bermimpi dengan mata terbuka (Hedge, 2012). Beliau juga mendefinisikan teknologi AR atau *augmented reality* sebagai sebuah alternatif baru untuk mendemonstrasikan karakter atau objek virtual yang diciptakan komputer ke dalam ruas pandang dunia nyata. Azuma (1997) menyatakan bahwa *augmented reality* juga memberikan fungsi untuk menambah dan menyebarluaskan informasi virtual dengan bergantung pada ide kreativitas dan indera manusia. Menurutnya AR merupakan kombinasi adegan dan keterampilan antara lingkungan dunia nyata dengan komputer, interaktif, dan objek 3D. Tiga kombinasi inilah yang sedang dikembangkan oleh Assemblr sebagai salah satu perusahaan yang berfokus pada teknologi AR.

Assemblr merupakan sebuah perusahaan yang salah satu lini usahanya adalah mengembangkan aset untuk kebutuhan *marketplace*. Aset *marketplace* ini akan digunakan sebagai *library* atau katalog dari aplikasi Assemblr sendiri untuk digunakan oleh para pengguna dalam membuat *scene* pembelajaran atau hanya untuk berkarya saja. Kebutuhan akan aset *marketplace* ini dapat berupa aset 2D atau 3D baik itu *animated* atau *non-animated*. Walaupun begitu, aset 3D merupakan aset yang lebih diminati karena memiliki dimensi dan ruang tersendiri yang lebih luas daripada aset 2D. Sehingga saat dimasukkan ke dalam aplikasi AR, pengguna dapat mengeksplor lebih jauh seakan-akan objek tersebut dipegang secara nyata. Permintaan dari pengguna yang kebanyakan berasal dari kalangan guru atau tim edukator mengakibatkan kenaikan permintaan atas aset-aset 3D yang baru dan sesuai dengan mata pelajaran yang bersangkutan. Misal seperti permintaan aset yang berhubungan dengan pelajaran sejarah dengan dapat berupa tokoh-tokoh sejarah, monumen-monumen bersejarah. Atau seperti permintaan aset terkait ajang natal seperti pohon natal, *santa claus*, rusa, salju, dan lain-lain yang nantinya akan digunakan oleh para pengguna aplikasi sebagai pendamping *scene*

yang dibuat. Untuk memenuhi permintaan-permintaan tersebut, maka dibutuhkan sumber daya manusia handal dan kreatif yang dapat menangkap daya tarik dari tiap aset yang dibuat untuk ditampilkan dan disebarluaskan.

Kebutuhan aset animasi pada Assemblr juga beragam, ada yang mengarah kepada arah *stylized* atau pun mengarah pada arah semi-realistik. Aset yang *stylized* biasanya ditujukan pada konsumen dengan jangkauan umur 12 ke bawah, sedangkan yang semi-realistik biasanya ditujukan untuk 13 ke atas. Hal ini berlaku juga pada aset-aset *marketplace* Assemblr baik dari aset manusia, hewan ataupun objek mati. Dari 3 jenis aset tersebut, jenis aset yang paling diminati adalah aset hewan. Menurut CAP News (2021), alasan pemilihan hewan adalah karena memiliki daya tarik yang lebih besar jika dibandingkan dengan daya tarik manusia. Perbedaan ini terjadi karena ada sebuah daya tarik khusus yang membuat manusia mempertanyakan pertanyaan seperti, apakah bulu anjing itu halus? Mengapa kucing tersebut bisa lucu sekali?. Ini menimbulkan sebuah daya tarik khusus yang membuat orang-orang menjadi ketagihan dan terus-menerus melihat hewan-hewan tersebut.

Aset hewan yang digunakan pun harus memiliki animasi karena aset yang bergerak akan lebih baik dipandang dan terasa lebih hidup. White (2006) menekankan dengan diberikannya animasi pada aset 3D sendiri akan menambah *appeal*-nya sendiri. Hal lain yang tidak kalah penting adalah penggunaan referensi. Referensi membantu dalam menentukan konsep gerakan yang akan diberikan ke dalam proyek animasi aset. Pemilihan dan pencarian referensi dapat diambil dari menonton video di internet atau mencari gambar. Selain itu, penerapan teori animasi juga berlaku dalam perancangan animasi hewan yang akan membuatnya memiliki performa dan kepribadian tersendiri.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, dapat dikatakan bahwa proses pembuatan animasi hewan tidaklah mudah dan harus melewati banyak tahap. Terdapat juga beberapa alasan lain yang menjadi bukti pendukung dari pernyataan tersebut. Alasan yang pertama adalah animasi sendiri saja merupakan tahap yang paling penting dan paling sulit untuk dikuasai karena harus dapat membawa *feel*

dari yang nyata dan yang maya. Dengan adanya *feel* ini, animasi yang dibuat dapat menciptakan ilusi objek bergerak yang benar-benar hidup. Alasan kedua adalah animasi yang baik tidak hanya menampilkan gerakan saja, tetapi juga dapat membawa emosi dan makna terselubung dari tata gerak atau *body language* yang ditampilkan. Gibson (2019) menekankan bahwa animasi penting karena dapat digunakan sebagai media untuk mengomunikasikan emosi dan ide dengan cara yang unik dan mudah dipahami yang dapat dipahami oleh anak kecil maupun orang dewasa.

Maka dari itu, perancangan animasi khususnya animasi dengan penggunaan aset hewan menjadi penting untuk dibahas lebih lanjut. Perancangan animasi ini dibuat dengan menggunakan studi kasus tentang kebutuhan aset animasi hewan pada *marketplace* Assemblr. Oleh sebab itu, perancangan animasi hewan untuk kebutuhan aset *marketplace* ini diciptakan dengan menggunakan teori-teori animasi agar dapat memperlihatkan keterkaitan dengan hewan asli, serta memiliki makna dan daya tarik tersendiri. Tulisan ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana menyusun rencana dalam membuat animasi hewan dari awal sampai akhir dan bagaimana membuat animasi hewan yang dapat menarik perhatian. Penulis juga berharap tulisan ini dapat dimanfaatkan untuk menambah wawasan akan animasi, khususnya animasi dengan menggunakan aset hewan, serta dapat dijadikan sebagai acuan atau panduan dalam membuat animasi hewan.

UIMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA