

## BAB II

### LANDASAN TEORI

Pada BAB II ini dibahas mengenai pembuatan interaktif *Company Profile* CV First Aid Kit Dengan Teknik *Stop Motion*, disini akan dijelaskan suatu literatur atau referensi yang menjadi dasar suatu landasan teori.

#### 2.1 *Company Profile*

Menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia (John M. Echols dan Hassan Shadily), *Company Profile* berasal dari dua kata yang mempunyai pengertian berbeda tetapi saling terkait, yakni kata “*Company*” dan “*Profile*”, dimana kata tersebut diartikan berdasarkan kamus.

Arti dari *Company*, menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia, *Company* adalah:

1. Perusahaan, maskapai, dan firma
2. Perseroan
3. Persekutuan
4. Kompi
5. Rombongan

Arti dari *Profile*, menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia, *Profile* adalah:

1. Tampang atau raut muka
2. Penampang
3. Riwayat

Istilah *Company Profile* merupakan gambaran umum mengenai suatu media jati diri untuk menyampaikan dan menginformasikan nilai-nilai positif tentang suatu perusahaan, lembaga atau instansi baik pemerintah maupun swasta, agar mendapatkan suatu tanggapan yang positif, sehingga keberadaan perusahaan bisa diterima oleh masyarakat.

Tujuan atau fungsi *Company Profile* menurut Muh. Akbar bidang akademik dan kemahasiswaan *Company Profile* memiliki berbagai macam fungsi dan tujuan, antara lain:

1. Memberikan informasi tentang jati diri perusahaan atau organisasi.
2. Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi pada khalayak umum, sehingga masyarakat memiliki pandangan dan mengerti akan keberadaan perusahaan atau organisasi.
3. Dapat memperkenalkan profile perusahaan pada khalayak umum dengan mudah.
4. Untuk memudahkan *audience*, dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profile perusahaan atau organisasi.
5. Membangun citra perusahaan.

Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa ada keterkaitan bahwa perusahaan CV. First Aid Kit adalah perusahaan yang baru berupa *company profile*. CV. First Aid Kit sangat membutuhkan suatu media untuk dapat memperkenalkan kepada khalayak umum dan dapat membangun citra perusahaan, agar mendapat suatu nilai yang positif terhadap perusahaan.

## 2.2 Pencitraan

Menurut Jackie Ambadar, Miranty Abidin dan Yanti Isa, dalam buku serial delapan (8) membangun citra perusahaan, dijelaskan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Teori citra diatas digunakan karena memiliki hubungan yang erat dengan iklan korporat itu sendiri. Telah diketahui bahwa iklan korporat memiliki tujuan untuk menciptakan citra yang positif bagi khalayak umum.

Citra timbul dari persepsi masyarakat, persepsi dinyatakan sebagai proses penafsiran dalam memberikan sebuah arti. Persepsi terbentuk dari serangkaian informasi dan atribut yang dikaitkan dengan produk atau jasa tersebut. Informasi ini biasa bersifat intrinsik (unsur yang mempengaruhi dari dalam) dan berkaitan langsung dengan produk itu seperti warna, ukuran, rasa, aroma. Biasa pula bersifat ekstrinsik (unsur yang mempengaruhi dari luar) dan tidak langsung berkaitan dengan produk seperti positioning, harga, kemasan, dan citra *look* yang menjual, pelayanan yang diberikan, pesan-pesan promosi atau periklanannya.

Menurut Jackie Ambadar, Miranty Abidin dan Yanti Isa, citra perusahaan adalah salah satu aspek penting dalam pemasaran secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk menciptakan atau memperbaiki citra perusahaan dalam rangka meningkatkan atau memperbaiki citra positif perusahaan dimata masyarakat atau *stakeholder*.

Tujuan atau fungsi pencitraan adalah untuk mencapai suatu tujuan, yakni menciptakan citra yang positif bagi khalayak umum dan menciptakan atau

memperbaiki citra perusahaan dalam rangka meningkatkan atau memperbaiki citra positif perusahaan dimata masyarakat.

Kesimpulan dari pencitraan tersebut sangat berkaitan dengan CV. First Aid Kit dan bisa dibilang suatu *company profile* yang baru. Bahwa perusahaan baru sangat membutuhkan pencitraan yang positif, agar bisa dipercaya oleh masyarakat luas.

### 2.3 Inovasi

Kata Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, barang atau jasa dengan sistem baru. Inovasi merupakan gabungan dari kreatifitas dan dengan komersialisasi (stamm, 2008). Kreatifitas adalah unsur penting untuk sebuah inovasi, karena tanpa kreatifitas, inovasi tidak berarti. Tanpa inovasi, ide-ide kreatifitas tidak pernah diterapkan. Kreatifitas menciptakan solusi untuk masalah dan inovasi melibatkan pelaksanaan. Kreatifitas juga merupakan sebuah proses dimana inovasi adalah hasilnya, tapi kreatifitas dan inovasi sangat saling terkait, menurut (Gupta 2007).

Menurut (Clark dan Guy 1997), Inovasi adalah aplikasi komersial yang pertama kali dari suatu produk atau proses yang baru.

Jenis-jenis inovasi antara lain:

1. Penemuan :

kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner. Contohnya penemuan pesawat oleh Wright bersaudara, telepon oleh Alexander Graham Bell

2. Pengembangan:

Pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadi aplikasi ide yang telah ada. Contohnya pengembangan Mcd oleh Ray Kroc.

3. Duplikasi :

Peniruan suatu Produk, jasa, atau proses yang telah ada. Meskipun demikian duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan. Misalnya duplikasi perawatan gigi oleh Dentaland.

4. Sintesis :

Perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Misalnya sintesis pada arloji oleh Casio.

Berdasarkan berbagai teori diatas, dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah bentuk praktek pengembangan dan aplikasi ide dalam bentuk yang dapat menimbulkan efek menguntungkan bagi konsumen. Sedangkan bentuk inovasi

bermacam-macam sesuai aplikasi dan jenis pengembangan yang dilakukan.

Dari penjelasan tersebut sangat berkaitan dengan perusahaan CV. First Aid Kit. Bahwa CV. First Aid Kit sangat menginginkan suatu interaktif dengan memunculkan suatu inovasi, jenis inovasi tersebut adalah inovasi pengembangan.

## 2.4 Teori Desain Grafis

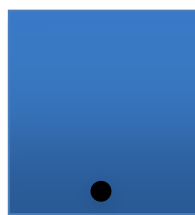
Dalam [www.escaeva.com](http://www.escaeva.com), Suyanto mendefinisikan desain grafis adalah sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk perusahaan, lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. Sedangkan untuk pengaplikasian desain interaktif *company profile* CV First Aid Kit sangat dibutuhkan sekali desain grafis tersebut, agar mampu memunculkan identitas visual. Jadi dalam membuat suatu desain harus mengetahui elemen-elemen desain grafis.

### 1. Elemen-elemen Desain Grafis

#### a. Titik

Titik merupakan bagian terkecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

Hal ini bisa dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Contoh Gambar Titik

## b. Garis

Garis merupakan dasar yang dapat dibentuk untuk membuat huruf, grafik dan elemen desain grafis lainnya. Garis mempunyai fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan arah dari gerakan mata yang melihat elemen dalam suatu karya desain grafis. Dapat dilihat pada gambar 2.2.

Garis terdiri dari 4 macam bentuk, yaitu:

- 1) Garis Vertikal: Digunakan untuk mengarahkan mata dan sekelompok informasi ke informasi lainnya.
- 2) Garis Horizontal: Digunakan untuk mengarahkan mata agar bergerak mendatar.
- 3) Garis Diagonal: Merupakan suatu ekspresi yang menggambarkan keadaan tak menentu.
- 4) Garis yang berbentuk gelombang: Merupakan adanya suatu irama.

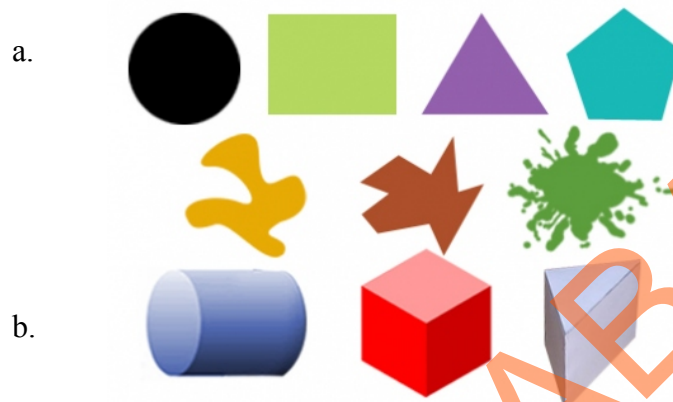


Gambar 2.2 Macam – Macam Garis

## c. Bentuk

Bentuk merupakan suatu wujud yang menempati ruang dan biasanya memiliki dimensi dua atau tiga, yang biasanya disebut 2

dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimatra). Hal ini dijelaskan pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 Bidang 2 Dimensi dan 3 Dimensi  
(a. Gambar 2D, b. Gambar 3D)

#### d. Tekstur

Tekstur merupakan keadaan, atau gambaran dari suatu permukaan benda atau bagian darinya. Pada hal ini dijelaskan pada gambar 2.4.

Ada beberapa jenis tekstur, diantaranya adalah:

- 1) Tekstur Semu: tekstur dengan kualitas permukaan datar yang memiliki kesan keras, menonjol dan memiliki kesan dalam.
- 2) Tekstur Nyata: tekstur dengan kualitas permukaan bidang yang menonjol atau memiliki nilai raba kuat di atas permukaan bidang datar, seperti relief.



- 3) Tekstur Halus: tekstur dengan kualitas datar yang berkarakter halus, seperti kain, logam, dan plat.



a. Gambar semu



b. Gambar nyata



c. Gambar Halus

Gambar 2.4 Macam-Macam Tekstur  
Sumber: (www.escaeva.com)

#### e. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh dalam membantu menjadi komposisi desain menjadi menarik. Menurut Russel dan Verrill (1986, 416) warna dapat digunakan untuk beberapa alasan, khususnya dalam periklanan, diantaranya:

- 1) Warna merupakan alat untuk menarik perhatian.
- 2) Beberapa produk akan menjadi realistis, jika ditampilkan dengan menggunakan warna.
- 3) Dapat memperlihatkan atau memberikan suatu penekanan pada elemen tertentu dalam karya desain.
- 4) Warna dapat memperlihatkan suatu *mood* tertentu yang menunjukkan akan adanya kesan psikologis tersendiri.

### 2.4.1 Desain Modern

Menurut arsitek Probo Hindarto, smart design dihasilkan dari proses pemikiran yang luas dan berkualitas, dengan hasil yang sederhana, fungsional serta indah. Dalam perkembangannya, paham modernisme menerima banyak kritik, juga mengalami penyempurnaan bertahap. Sebab, modernisme dianggap terlalu terlalu “sibuk” dengan prinsip-prinsip perhitungan matematis, analisis struktur, teknik produksi, standardisasi, efisiensi, dan hal-hal yang bersifat rasional lainnya.

“Desain modern yang seharusnya mampu menjadi media pengungkapan budaya, kemanusiaan, moral, fantasi, selera, dan nilai-nilai keindahan justru menjadi tersingkir. Sebab, citra desain modern hanyalah desain yang bebas ornament serta mengekspresikan kepresisian bahasa mesin, serba polos, bentuknya kotak-kotak, sederhana dan serius“, tutur Probo

Menurut konsep Modernisme, desain yang baik adalah yang memperhatikan kesederhanaan bentuk, fungsional dan estetis. Atas dasar ini, maka smart desain sebenarnya tidak harus bergaya mewah atau berteknologi canggih.

Apabila kita kaitkan dengan perusahaan interaktif CV. First Aid Kit akan terlihat cocok dengan desain modern, karena perusahaan CV. First Aid Kit tersebut menggunakan suatu interaktif dengan inovasi baru.

## 2.5 Penerapan Komposisi dalam Desain

Setiap kali kita memperhatikan sesuatu bentuk yang pertama-tama timbul dalam pikiran kita adalah wujudnya kemudian ekspresi dan sebab kehadirannya. Secara sadar, komposisi diterapkan setiap desain untuk mencapai keindahan, sehingga dalam setiap komposisi desain yang baik akan ditemukan, menurut *(Nirmana Dwimatra (Desain Dasar Dwimatra), Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984)*:

### 1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan paduan unsur-unsur rupa yang antara unsur satu dengan yang lain saling menunjukkan adanya hubungan atau keterkaitan, dengan kata lain tidak terpisah-pisah atau berdiri sendiri. Agar sebuah karya seni menjadi enak dipandang maka syarat utamanya adalah memiliki kesatuan. Dalam prinsip kesatuan inilah sebenarnya memuat pula prinsip-prinsip yang lain. Kesatuan akan terwujud jika terdapat keserasian, keseimbangan, irama, dan fokus perhatian.

### 2. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan prinsip pengaturan unsur rupa dengan memperhatikan bobot visual yang tidak berat sebelah atau timpang. Pengaturan unsur yang timpang mengakibatkan perasaan tidak nyaman bagi orang yang melihatnya. Terdapat dua macam keseimbangan, yaitu simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris adalah pengaturan unsur yang sama bentuk dan jumlahnya. Sedangkan keseimbangan asimetris adalah pengaturan unsur yang antar bagiannya tidak sama bentuk dan jumlahnya tetapi menunjukkan kesan bobot visual yang sama.

### 3. Keserasian (*Harmony*)

Keserasian merupakan perpaduan unsur rupa yang selaras atau hubungan yang tidak bertentangan antara bagian satu dengan bagian lainnya. Keserasian dapat terbentuk karena pengaturan unsur yang memiliki kedekatan bentuk (kemiripan), perpaduan warna, maupun unsur peran (fungsi).

### 4. Irama (*Rhythm*)

Pengulangan unsur-unsur rupa dalam sebuah tatanan akan menimbulkan kesan gerak bagi orang yang melihatnya. Kesan gerak inilah yang disebut irama. Terdapat beberapa jenis irama, diantaranya, irama repetitif, yaitu kesan gerak yang ditimbulkan dari pengaturan unsur yang monoton (sama) baik ukuran, warna maupun jaraknya. Irama alternatif merupakan kesan gerak yang muncul karena pengaturan unsur yang berselang seling baik bentuk, ukuran, maupun warnanya. Irama yang lain adalah irama progresif, yakni kesan gerak yang menunjukkan adanya perubahan dari unsur-unsurnya, misalnya perubahan dari besar menuju kecil, pendek menuju ke panjang, tebal ke tipis, atau bisa juga perubahan dari satu warna ke warna lain.

### 5. Kesebandingan (*Proportion*)

Kesebandingan atau lebih dikenal dengan sebutan proporsi. Proporsi adalah perbandingan ukuran pada unsur-unsurnya, baik perbandingan antar bagian maupun antara bagian terhadap keseluruhan. Pengaturan besar kecilnya bagian merupakan prinsip yang erat kaitannya dengan keseimbangan. Orang-orang pada

zaman Yunani meyakini sebuah pendekatan menggunakan proporsi dikenal sebagai Golden Ratio atau Golden section.

#### 6. Fokus Perhatian (*Centre of interest*)

Fokus perhatian sering disebut pula dengan dominasi. Dalam tatanan sebuah karya seni rupa selalu diupayakan terdapat satu bagian yang lebih menonjol dari bagian lainnya artinya terdapat satu bagian yang mencuri perhatian pengamat. Fungsinya adalah agar tema utama sebuah karya menjadi jelas terlihat. Fokus perhatian dapat dibuat dengan berbagai cara, misalnya membuat aksentuasi (pengecualian) atas bentuk yang seragam, perbedaan ukuran, perbedaan warna, dan lain sebagainya.

Penjelasan tersebut sangat berkaitan dengan CV. First Aid Kit yang menginginkan desain yang modern, dan inovasi baru. Dari sini kita bisa menyimpulkan bahwa komposisi sangat diperlukan untuk pembuatan interaktif *company profile* CV. First Aid Kit.

#### 2.6 Sistem yang Interaktif

Sistem yang interaktif dibentuk oleh teknik penyajian halaman-halaman pada layar monitor yang akan diakses oleh pemakai. Dalam pembuatan CD interaktif CV. First Aid Kit sangat diperlukan sekali sistem seperti ini. Dan untuk membuat halaman Multimedia interaktif yang interaktif harus diperhatikan faktor-faktor berikut, seperti yang dikemukakan I.T. Hawryszkiewski dalam (Oetomo, 2001:164) yaitu:

### 1. Ruang atau *Workspace*

Tampilan pada layar monitor harus ditata dengan baik dan proporsional, dimana tidak seluruh ruang yang ada dipenuhi dengan tulisan, gambar atau fasilitas menu. Hal ini mempertimbangkan kemampuan dan kenyamanan mata dari si pengguna dalam melakukan scanning. Pembuat halaman Multimedia Interaktif juga harus mempertimbangkan sudut yang dibentuk ketika mata bergerak ke kiri terjauh dan kanan terjauh

### 2. Mudah digunakan atau *User Friendly*

Pembangunan sistem harus memperhatikan derajat di mana pemakai dapat menggunakan sistem secara mudah karena sistem yang mudah bisa membangkitkan sikap positif setelah berinteraksi.

### 3. Ergonomis

Sistem yang baik juga harus mempertimbangkan faktor kenyamanan dan keamanan dalam penggunaan antar halaman Multimedia Interaktif.

### 4. Pemahaman berpikir atau *Cognitive Psychology*

menurut Sternberg, R.J. (2006) *cognitive psychology* adalah pemahaman terhadap cara manusia berpikir. Agar sistem dapat berinteraksi dengan user secara baik, maka perancang harus mempertimbangkan faktor psikologis, karena pemahaman seseorang terhadap sesuatu yang ditatapnya dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman yang telah dimiliki seseorang sebelumnya. Oleh karena itu penggunaan simbol, bentuk, ataupun gambar tertentu harus mempertimbangkan faktor *cognitive psychology* tersebut antara lain:

- 1) Jumlah warna: Jumlah warna yang berlebihan akan mengaburkan penekanan informasi-informasi tertentu.
- 2) Simbol standar: Gunakan simbol-simbol yang standar dan secara umum telah diterima oleh komunitas TI, seperti OK, exit, close, gambar printer, gambar disket, dan sebagainya. Simbol-simbol itu akan mempermudah pengguna memahami halaman yang tersaji.

### 2.6.1 Struktur Navigasi

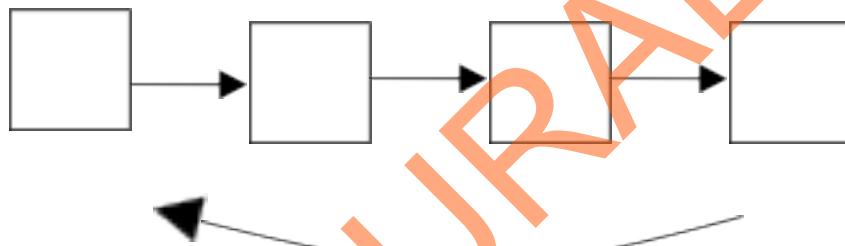
Struktur navigasi adalah struktur atau alur dari suatu program. Ada empat macam bentuk dasar dari struktur navigasi yang biasa dilakukan dalam proses pembuatan aplikasi multimedia. Yaitu : (Ariesto Hadi Sutopo, Multimedia Interaktif Dengan Flash, (Yogyakarta, Graha Ilmu 2003.) hal .37).

#### 1. *Linear navigation model*

*Linear navigation model* banyak digunakan oleh sebagian besar multimedia linier. Informasi diberikan secara sekuensial dimulai dari satu halaman. Beberapa desainer menggunakan satu halaman untuk masuk atau keluar dari aplikasi. Dan bisa dilihat contohnya di gambar 2.5.

*Linear navigation model* banyak digunakan dan berhasil dengan baik pada beberapa macam aplikasi seperti:

- a. presentasi
- b. aplikasi computer based – training
- c. aplikasi yang memerlukan informasi berurutan



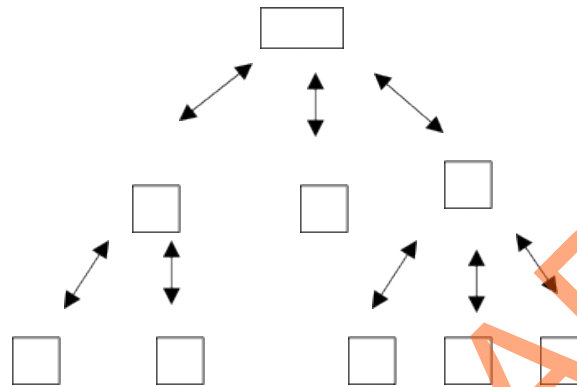
Gambar 2.5 Struktur Navigasi Linier

## 2. *Hierarchical model*

Pada gambar 2.6. *Hierarchical model* diadaptasi dari *top – down design*. Konsep navigasi ini dimulai dari satu node yang menjadi halaman utama atau halaman awal. Dari halaman tersebut dapat dibuat beberapa cabang ke halaman – halaman level 1. halaman tersebut adalah isi atau halaman penunjang dari sebuah halaman utama, dari tiap halaman level 1 dapat juga dikembangkan menjadi beberapa cabang lagi.



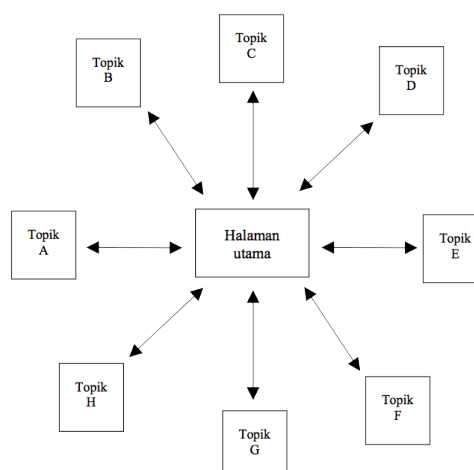
*Hierarchical model* baik bagi aplikasi untuk menemukan lokasi halaman dengan mudah. Untuk menggambarkan model tersebut dapat digunakan ilustrasi dengan tree.



Gambar 2.6 Struktur Navigasi Hirarki

### 3. *Spoke and hub model*

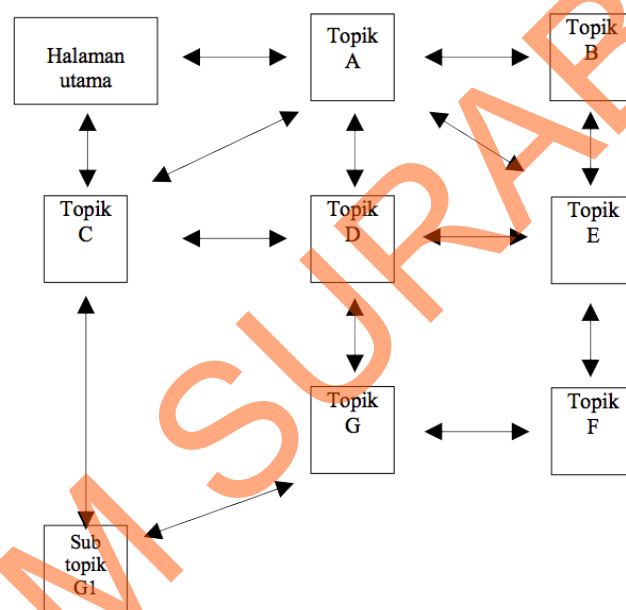
Pada gambar 2.7. Untuk membuat struktur *hyperlink* yang fleksibel, *spoke and hub model* dapat bekerja dengan baik. *Hub* dengan halaman utama yang mempunyai hubungan dengan setiap node. Setiap node dapat berhubungan kembali ke halaman utama. Pada model ini hanya terdapat dua macam link yaitu dari halaman utama ke halaman tertentu, dan dari halaman tersebut kembali ke halaman utama.



Gambar 2.7 Struktur Navigasi *Spoke and Hub*

#### 4. *Full web model*

*Full web model* memberikan kemampuan *hyperlink* yang banyak. *Full web model* banyak digunakan untuk menyediakan *user* supaya dapat mengakses semua topik dengan sub topik dengan cepat. Namun kelemahan dari model ini, yaitu dapat berakibat *user* kehilangan cara untuk dapat kembali ke topik sebelumnya. Bisa dilihat pada gambar 2.8.



Gambar 2.8 Struktur Navigasi *Full Web*

Struktur yang akan digunakan pada aplikasi ini adalah struktur navigasi *Hierarchical model* Karena pada aplikasi ini terdapat halaman utama serta halaman pendukung yang merupakan percabangan dari halaman utama.

Struktur interaktif yang sesuai dengan CV. First Aid Kit adalah Struktur model hirarki, karena model ini baik bagi aplikasi untuk menemukan lokasi halaman dengan mudah.

## 2.7 XML

XML (*eXtended Markup Language*) adalah bahasa *markup* yang digunakan untuk menyimpan data (tidak ada program).

XML adalah merupakan suatu bahasa *Markup*. *Markup* yaitu bahasa yang berisikan kode-kode berupa tanda-tanda tertentu dengan aturan tertentu untuk memformat dokumen teks dengan tag sendiri agar dapat dimengerti.

Perbedaan antara XML dan HTML:

1. XML bukan merupakan pengganti HTML.
2. XML dan HTML yang dirancang dengan tujuan yang berbeda.
3. XML dirancang untuk transportasi dan menyimpan data, dengan fokus pada data.
4. HTML dirancang untuk menampilkan data, dengan fokus pada bagaimana data terlihat.
5. HTML adalah tentang menampilkan informasi, sedangkan XML adalah membawa informasi tentang.

Keuntungan XML adalah sebagai berikut:

1. Ekstensibilitas : dapat ditukar/digabung dengan dokumen XML lain
2. Memungkinkan pemrograman yang lebih baik maka dibuat suatu software pengolah XML
3. Memisahkan data dan presentasi.
4. Pencarian data cepat karena XML merupakan data dalam format yang terstruktur.
5. Untuk pertukaran data.

## 2.8 Stop Motion

Pengertian *stop motion* adalah animasi yang memanipulasi gambar agar suatu benda mati dapat bergerak sendiri dan tergantung dalam perhitungan frame (Pharosproduction, 2006, chap. I). Cara kerja *stop motion* yaitu mengharuskan animator mengubah scene secara fisik, memfoto satu per satu frame, mengubah scene lagi dan memfoto satu frame lagi, dan seterusnya.

*Stop motion animation* sering pula disebut *claymation* karena dalam perkembangannya, jenis animasi ini sering menggunakan *clay* (tanah liat) sebagai obyek yang digerakkan. Jenis animasi ini menggabungkan unsur fotografi dan gerak. Bagi orang yang tidak bisa menggambar namun memahami prinsip animasi maka bisa membuat animasi dengan teknik stopmotion karena yang diperlukan hanya memotret obyek secara berurutan dan teratur.

Dari penjelasan tersebut teknik ini sangat bagus untuk dikaitkan dengan perusahaan CV. First Aid Kit yang akan membuat suatu interaktif dengan inovasi yang baru. Oleh sebab itu, beberapa referensi dimasukkan seperti halnya pembuatan *shaun the sheep*. Dan beberapa film animasi menggunakan teknik *stop motion* salah satunya adalah *Shaun The Sheep*. *Shaun The Sheep* muncul pertama kali di televisi pada tahun 1995 dalam film *A Close Shave* dengan karakter Wallace dan Gromit anjing. Durasinya hanya empat menit tetapi membuat orang banyak menyukainya. Dan sejak itu, Shaun memiliki acara TV sendiri di BBC yg dibuat oleh studio produksi Aardman.

Berikut beberapa hal menarik dari proses pembuatan ‘*Behind The Scene*’ animasi *Shaun The Sheep* :

## 1. Pembuatan *Storytime*



Gambar 2.9 Pembuat *Storytime*

Pada gambar 2.9, sebuah episode bermula dari ide cerita yang sederhana. Ide tersebut diserahkan kepada tim *Scriptwriter* untuk diolah menjadi cerita yang bagus. Kemudian diserahkan pada *storyboard artist* untuk membuat *story linenya*, tahap ini juga membantu *set dressers*, *prop-makers*, *model-makers*, *riggers* dan *cameramen* untuk mempersiapkan pengambilan gambar dan apa saja yang diperlukan.

## 2. Persiapan *Scene*



Gambar 2.10 Persiapan *scene*

Rumput di pertanian dibeli dari *hobby center*, dicat hijau untuk mendapatkan corak rumput yang pas, ditambah dengan rumput ilalang dan bunga aster. Gumpalan kecil hitam juga disebar untuk mendapatkan efek kotoran domba. Rumput ini kemudian dibentangkan di atas baja berlubang untuk mendapatkan pondasi yang bagus. *Animator* kemudian dapat menggunakan magnet untuk menjaga karakter di tempat, dan menggunakan baja untuk memasang pohon, rumah pertanian, gudang dan bagian lainnya dari set tersebut tetap pada tempatnya. Hal ini bisa dilihat pada gambar 2.10 diatas.

### 3. Pembuatan Model



Gambar 2.11 Pembuatan Model

Pada gambar 2.11, *Model-makers* membuat domba dengan terlebih membentuk badan, kemudian membungkus tubuh mereka dengan wool putih. Bulu tersebut kemudian dikotori sedikit dan kaki yang terbuat dari silikon ditambahkan. akhir kepala yg dapat dipasang-lepas dipasang dibadan. “Kami memiliki sejumlah badan, beberapa mempunyai empat kaki, dan beberapa hanya dua, tergantung pada *scene*,” kata Chris.



#### 4. *Propping Up*



Gambar 2.12 *Propping up*

Pada gambar 2.12 ini, *Property maker* dipanggil untuk membuat segalanya dari handuk pantai berukuran domba, untuk mainan mandi untuk Timmy, dan bahkan meja untuk adegan sihir. *Prop maker* Helen Javes berkata: “Semuanya dibuat manual, sehingga sangat rumit. “Bahkan kaki meja dibuat manual untuk mendapatkan bentuk yang tepat.” Tetapi pekerjaan *prop maker* bukan tanpa risiko. Jari teriris pisau tajam, dan terbakar akibat panas dari lem adalah risiko pekerjaan sehari-hari.



## 5. Ekspresi Mata



Gambar 2.13 Ekspresi Mata

Pada gambar 2.13 ini mata domba memiliki lubang kecil sehingga mereka dapat dimanipulasi untuk membuat mereka melihat ke kiri, kanan, atas, bawah. Setiap animator juga memiliki puluhan kelopak mata khusus buatan potongan kecil dari plastisin berbentuk kubah ungu yang dapat ditambahkan ke bola mata membuat berkedip domba, atau terlihat mengantuk. Karena domba-domba itu tidak berbicara, mereka menggunakan ekspresi untuk menceritakan kisah atau memberikan momen komedi. “kelopak mata mereka adalah siksaan bagi animator mata”.

## 6. Penyimpanan



Gambar 2.14 Penyimpanan pertama



Gambar 2.15 Penyimpanan kedua

Bila tidak digunakan, domba dan potongan domba dapat ditemukan disimpan dalam di rak di antara ruangan studio di Aardman. Ada di sini bahwa *animator* dapat menemukan kaki cadang untuk Shaun, sedikit bulu ekstra, atau satu atau dua domba yg rusak. Bisa dilihat pada gambar 2.14 dan 2.15.

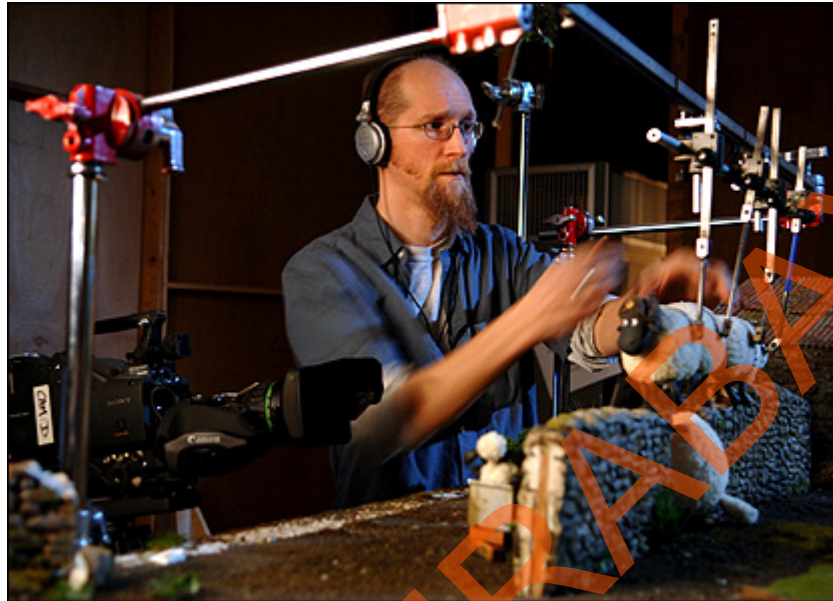
## 7. Komedi Slapstik



Gambar 2.16 Komedi Slapstik

Terlepas dari beberapa embikan dari Shaun dan teman-temannya, gongongan dari Bitzer dan dengusan dari Petani, *Shaun and the sheep* adalah serial TV diam. Tetapi sementara Gromit memiliki suara Wallace untuk menjaga cerita terjadi dalam film-film mereka, Shaun tidak memiliki kemewahan itu. “Lebih mudah untuk menganimasikannya karena *lip-sync* adalah salah satu aspek yang paling memakan waktu untuk *animator*,” ujar Chris. Uraian tersebut bisa dilihat pada gambar 2.16.

## 8. Sabar dan Teliti



Gambar 2.17 Animator

Pada gambar 2.17, Karakter dalam *Shaun and the sheep* bergerak 25 kali per detik, berarti *animator* harus mengatur ulang adegan 1.500 kali hanya satu menit dari rekaman. Mereka rata-rata menyelesaikan tujuh detik rekaman/harinya. Sepertinya tidak begitu banyak, tetapi bila dibandingkan dengan *Wallace and Gromit, The Curse of The Were-Rabbit* and *Chicken Run*, mereka bekerja dengan kecepatan sangat tinggi. Wallace dan Gromit rata-rata menghasilkan sekitar tiga detik rekaman/harinya.

## 2.9 Tipografi

Tipografi adalah suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Menurut (Kusrianto, 2010) “Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non-cetak”. *Font* adalah nama sebuah jenis huruf. Font memiliki gaya seperti miring, tebal, miring-tebal. *Font* juga memiliki dua jenis, yaitu Serif dan Sans Serif.

Serif jenis huruf yang memiliki garis-garis kecilyang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini disebut *counterstroke* atau *Serif Bracketed*. Ciri-ciri utama jenis huruf serif yaitu:

1. Kurva poros yang miring ke kiri.
2. Lengkungan *Serif* atau *counterstroke*.
3. Ada kontras antara tebal dan tipis garis font.
4. Ada palang atau garis horizontal pada font.

*Sans Serif* adalah jenis huruf yang memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf sans serif lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Ciri-ciri utama jenis huruf *san serif* yaitu:

1. Garis melengkung berbentuk *square* atau persegi.
2. Ada perbedaan kontras yang halus.
3. Bentuk mendekati penekanan kearah garis vertical.

Dan menurut kutipan dari buku karya danton sihombing MFA, yang perlu diperhatikan adalah *Clarity* (suatu jenis huruf yang bisa dilihat secara jelas), *Readability* (keterbacaan dari jenis huruf tersebut), *Legibility* (lebih menekankan apakah kita bisa membacanya atau tidak), *Visibility* (lebih menekankan pada keindahan jenis huruf).

Dalam pembuatan interaktif suatu perusahaan seperti halnya pembuatan interaktif CV. First Aid Kit yang sangat diperlukan sekali adalah font yang akan digunakan. Oleh sebab itu, untuk memilih *font* atau tipografi harus sangat selektif