

## **BAB 2**

### **DATA DAN ANALISA**

#### **2.1 Sumber Data**

Untuk mendukung pembuatan *educational short animation* ini, penulis melakukan riset untuk mendapatkan data yang mendukung dan referensi visual yang bisa dijadikan acuan dalam pembuatan film pendek animasi ini. Beberapa riset yang dilakukan penulis adalah literatur buku, literatur internet, dan referensi video.

##### **2.1.1 Literatur Buku**

Penulis membuat *educational short animation* ini dengan literatur buku, *e-book*, atau majalah-majalah yang memuat tentang hal-hal yang berhubungan dengan animasi dan juga mengenai berbagai *style* grafis yang digunakan sebagai referensi. Buku-buku antara lain adalah:

1. *KHASIAT BOMBASTIS KOPI* oleh Femy Olivia
2. Majalah CHIP Spesial Animasi
3. *The Animator's Survival Kit* oleh Richard Williams
4. *Color Harmony 2* oleh Bride M. Whelan
5. *3D Animation Essentials* oleh Andy Beane
6. *Illusion of Life* oleh Ollie Jhonston dan Frank Thomas
7. *The e-learning Question and Answer Book* oleh Allan Henderson
8. *Letters of Credit* oleh Walter Tracy

##### **2.1.2 Literatur Internet**

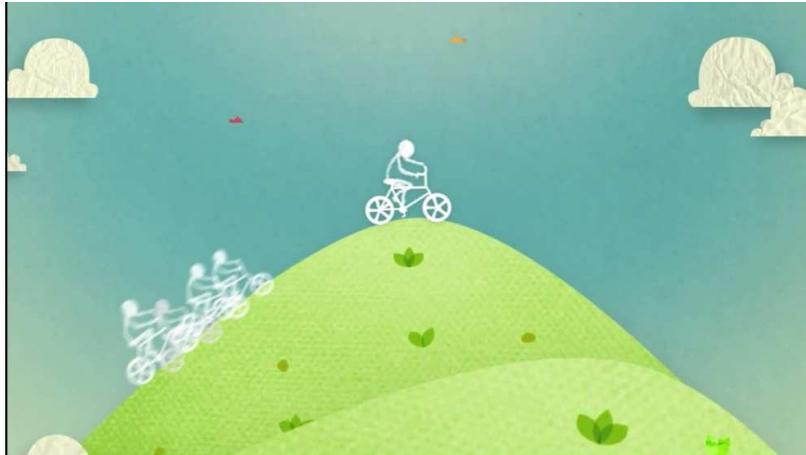
1. <http://www.manfaatkopi.com/>  
*Senin, 25 Maret 2013 15:37:42*
2. <http://kumpulan.info/sehat/artikel-kesehatan/48-artikel-kesehatan/167-kopi-minuman-nikmat.html>  
*Minggu, 24 Maret 2013 15:27:35*
3. <http://www.mediacollege.com/video/shots/>  
*Minggu, 24 Maret 2013 20:37:40*
4. [http://animation.about.com/od/glossaryofterms/g/2danim\\_def.htm](http://animation.about.com/od/glossaryofterms/g/2danim_def.htm)  
*Senin, 25 Maret 2013 18:56:37*

### 2.1.3 Referensi Video

Referensi video yang saya gunakan dalam pembuatan *educational short animation* ini adalah beberapa *short animation* yang saya temukan di situs Vimeo yang berjudul “*The Proof that We are Soulmates*” dan “*Growing Up*”. Keduanya adalah animasi pendek yang bergaya infografik.



**Gambar 2.1** Visual dari animasi *The Proof that We are Soulmates*  
(<http://vimeo.com/43457382>)



**Gambar 2.2** Visual dari animasi *Growing Up*  
(<http://vimeo.com/5325410>)

## 2.2 Analisa Umum

### 2.2.1 Pengertian Kopi

Menurut situs *kumpulan.info*, kata kopi atau yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *coffee* berasal dari bahasa Arab *qahwah*, yang berarti kekuatan.

Kemudian kata kopi yang kita kenal saat ini berasal dari bahasa Turki, yaitu *kahveh* yang kemudian belakangan menjadi *koffie* dalam bahasa Belanda. Kata itulah yang kemudian diserap menjadi bahasa Indonesia, yaitu kopi (<http://kumpulan.info/sehat/artikel-kesehatan/48-artikel-kesehatan/167-kopi-minuman-nikmat.html>).



**Gambar 2.3** Tanaman Kopi

(<http://foragri.blogspot.com/images/Kopi%20Arabika%202.jpg>)



**Gambar 2.4** Biji Kopi dan Kopi yang Sudah Siap Minum

(<http://www.gaptekupdate.com/wp-content/uploads/2013/01/bahaya-kopi-bagi-kesehatan2.jpg>)

### **2.2.2 Sejarah Persebaran kopi di Dunia**

Sejarah kopi bermula sekitar abad ke-9, di dataran tinggi Ethiopia. Kemudian menyebar ke Mesir dan Yaman, dan pada abad ke-15 menjangkau lebih luas ke Persia, Mesir, Turki, dan Afrika utara.

Dalam buku *Khasiat Bombastis Kopi* disebutkan bahwa “Pada awalnya kopi kurang begitu diterima oleh sebagian orang. Bahkan pada tahun 1511, kopi dilarang penggunaannya oleh para imam konservatif dan ortodoks di majelis keagamaan di Mekkah karena efek rangsangan yang ditimbulkan. Akan tetapi karena popularitas minuman ini, maka larangan tersebut pada tahun 1524 dihilangkan atas perintah Sultan Selim I dari kesultanan Utsmaniyah Turki” (Femi Olivia, 2012:7).

“Di Kairo, mesir, larangan yang serupa juga disahkan pada tahun 1532, di mana kedai kopi dan gudang kopi ditutup. Dari dunia Muslim, kopi menyebar ke Eropa. Kopi mulai populer di Eropa pada abad ke-17. Orang Belanda adalah yang pertama kali mengimpor kopi dalam skala besar ke Eropa, dan pada suatu waktu menyelundupkan biji kopi pada tahun 1690-1691, karena tanaman atau biji mentah kopi tidak diizinkan keluar dari wilayah Arab. Hal ini kemudian berlanjut pada penanaman kopi di Jawa oleh seorang Belanda” (Femi Olivia, 2012:7-8).

“Pada awalnya masuknya kopi ke kawasan wilayah Amerika, kepopulerannya tidak sukses di Eropa, karena dianggap kurang bisa menggantikan alcohol. Namun, selama Perang Revolusi terjadi penurunan persediaan teh, permintaan terhadap kopi meningkat cukup tinggi, sampai para penyalur harus membuka persediaan cadangan dan menaikkan harganya secara dramatis” (Femi Olivia, 2012:8).

“Minat orang Amerika terhadap kopi bertumbuh pada awal abad ke-19, menyusul terjadinya perang pada tahun 1812, di mana akses impor teh terputus sementara, dan juga karena meningkatnya teknologi pembuatan minuman, maka posisi kopi sebagai komoditas sehari-hari di Amerika menguat. (Khasiat Bombastis Kopi” (Femi Olivia, 2012:8).

### **2.2.3 Kopi adalah Minuman yang Terkenal di Dunia**

Seperti apa yang disebutkan dalam buku *KHASIAT BOMBASTIS KOPI*, “Kopi menjadi salah satu minuman paling populer dan digemari di seluruh dunia.

Kopi biasanya dihidangkan panas, dan dipersiapkan dari biji tanaman kopi yang dipanggang. Saat ini kopi merupakan komoditas nomor dua yang paling banyak diperdagangkan setelah minyak bumi. Total 6,7 juta ton kopi diproduksi dalam kurun waktu 1998-2000 saja. Diperkirakan pada tahun 2010, produksi kopi di dunia akan mencapai 7 juta ton per tahun (dari FAO)” (Femi Olivia, 2012:1-2).

“Kopi juga dikenal sebagai pengusir rasa kantuk, maka tak heran banyak orang yang memanfaatkan kopi sebagai teman untuk bergadang. Dengan minum kopi membuat seseorang akan selalu waspada dan penelitian ini pun akan memberikan sebuah solusi bagi orang yang gampang terserang rasa kantuk” (Femi Olivia, 2012:2).

“Empat dari lima orang di Amerika Serikat meminum kopi dan menghabiskan lebih dari 400 juta cangkir sehari. Sedangkan di Skandinavia konsumsi kopinya lebih dari 12 kilogram per kapita. Dengan lebih dari 25 juta orang yang dipekerjakan di dalam industri ini” (Femi Olivia, 2012:2).

#### **2.2.4 Kafein dari Kopi Tidak Selamanya Negatif**

Menurut Bapak Chandra dari *Blacklisted Coffee*, sebetulnya kandungan kafein dalam kopi dapat bermanfaat bagi tubuh kita jika kita mengkonsumsinya secara tepat. Kebanyakan orang sekarang mengonsumsi kopi yang berasal dari kedai-kedai kopi yang umumnya ada di kota besar. Kebanyakan kopi yang dijual di sana bukanlah kopi yang sesungguhnya. Bisa dikatakan sebagai “gula dengan kopi” bukan “kopi dengan gula”. Banyak juga yang berkata bahwa kafein dapat membuat kecanduan. Sebetulnya hal tersebut lebih kepada sugesti saja. Konsumsi normal seperti 1 cangkir sehari malah dapat member kebaikan bagi tubuh.

Dalam situs [www.didyouknow.org](http://www.didyouknow.org) disebutkan bahwa, “Secangkir kopi mengandung 115 mg kafein. Secangkir kopi *espresso* dan kopi tubruk/saring mengandung sekitar 80 miligram kafein. Sedangkan kopi instan mengandung 65 miligram kafein. Kopi dekafein ternyata tidak bebas kandungan kafein, masih mengandung sekitar 3 miligram kafein” (<http://didyouknow.org/coffee/>).

“Satu kaleng *Coca-Cola* mengandung sekitar 23 miligram kandungan kafein. *Pepsi Cola* 25 miligram, *Mountain Dew* 37 miligram kafein, sedangkan satu ons coklat mengandung 20 miligram kafein” (<http://didyouknow.org/coffee/>).

### 2.2.5 Manfaat Kopi

Menurut situs *manfaatkopi.com*, berikut ini adalah beberapa dari manfaat kopi yang masih jarang sekali diketahui oleh orang-orang kebanyakan, antara lain:

1. Kopi dapat mencegah timbulnya penyakit jantung atau *stroke*

Kandungan yang terdapat dalam kopi dapat menghindarkan dari kita dari penyakit serangan jantung bahkan hingga *stroke*, hal tersebut diperkuat dengan adanya hasil penelitian dari sejumlah 83000 wanita dalam usia 24 tahun memiliki resiko 18% lebih rendah jika dibandingkan dengan yang tidak mengkonsumsi kopi. Penelitian tersebut mereka meminum kopi 2-3 cangkir kopi dalam satu hari. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

2. Kopi bermanfaat mencegah penyakit kanker dan diabetes

Dari hasil riset yang dilakukan oleh peneliti diseluruh dunia didapatkan hasil bahwa penyakit kanker hati, kanker payudara dan kanker usus besar dapat dicegah dengan cara mengonsumsi kopi. Studi penelitian lain telah menemukan bahwa kopi dapat mengurangi tingkat gula darah pada pasien diabetes. Karena kandungan yang terdapat dalam kopi dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh, selain itu manfaat kopi juga dapat mengurangi risiko penyakit serius seperti batu empedu, penyakit *parkinson*, penyakit jantung, sirosis hati dan sebagainya. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

3. Kopi dapat mencegah resiko kanker mulut dan melindungi gigi

Senyawa yang terdapat dalam kopi bermanfaat mencegah terjadinya resiko kanker mulut, membatasi pertumbuhan sel kanker. Selain itu kopi memiliki sifat anti bakteri dan anti-perekat yang sangat baik dan memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah berkaitan dengan kesehatan mulut, termasuk gigi berlubang, pembentukan plak dan infeksi gusi. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

#### 4. Kopi sebagai pembangkit stamina dan energi ekstra

Mekanisme kerja zat kafein dalam tubuh bersaing dengan fungsi adenosin dalam tubuh kita. Adenosin sendiri merupakan senyawa yang terdapat dalam sel otak berfungsi membuat orang cepat tertidur. Kandungan kafein dapat memperlambat gerak sel-sel tubuh sehingga tubuh tidak mudah lelah dan mengantuk dan muncul perasaan segar, mata terbuka lebar, detak jantung lebih kencang, naiknya tekanan darah. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

#### 5. Kopi dapat mengurangi rasa sakit kepala

Menurut Seimur Damond, M.D, dari *Chicago's Diamond Headche Clinic*. Bahwa kandungan kafein pada kopi dapat mengurangi derita sakit kepala. Penderita sakit kepala atau migran ringan terbukti dapat disembuhkan dengan meminum secangkir kopi pekat. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

#### 6. Kopi mengatasi perubahan suasana hati dan depresi

Minum kopi secara teratur sesuai dengan porsi dapat memaksimalkan kerja otak lebih baik. Kandungan antioksidan yang terdapat di dalam kopi dapat menangkal kerusakan pada sel otak dan membantu jaringan saraf untuk bekerja lebih baik. Zat kafein dalam kopi berfungsi sangat baik sebagai stimulan pada tubuh kita. Hal ini dapat merangsang indera kita dan meningkatkan laju metabolisme. Sehingga meningkatkan kemampuan dalam berkonsentrasi, mengatasi perubahan suasana hati bahkan depresi. (<http://www.manfaatkopi.com/>)

### 2.3 Animasi

Setelah melihat dari majalah CHIP Spesial Animasi maka yang saya simpulkan adalah animasi merupakan sebuah gambar bergerak yang dihasilkan oleh beberapa gambar yang diperlihatkan secara bergantian dengan cepat, yang kemudian kita lihat seolah-olah gambar tersebut bergerak. Pada dasarnya, kata animasi sendiri memiliki arti “menghidupkan” atau dengan kata lain kita berusaha untuk “menghidupkan” sebuah gambar yang sebenarnya hanya terlihat seolah-olah seperti hidup.

### 2.3.1 Animasi 2D

Dilansir dari situs *about.com*, animasi 2D adalah sebuah kreasi yang dihasilkan dari gambar yang digerakkan di dalam *environment* 2 dimensional seperti animasi tradisional atau animasi 2D yang menggunakan komputer. Hal ini dapat dilakukan dengan menjadikan *sequence* pada beberapa gambar yang diperlihatkan satu per satu. Ketika gambar bergerak dengan kecepatan 24 *frame per second* atau lebih maka mata akan tertipu, sehingga seolah-olah gambarnya bergerak. ([http://animation.about.com/od/glossaryofterms/g/2danim\\_def.htm](http://animation.about.com/od/glossaryofterms/g/2danim_def.htm))

### 2.3.2 Animasi 3D

Dalam buku *3D Animation Essentials* buatan Andy Beane. Animasi 3D, yang secara garis besar masuk ke dalam ranah *3D computer graphic*, adalah istilah umum yang menggambarkan sebuah industri yang menggunakan *software* dan *hardware* yang memang ditujukan untuk animasi 3D dalam berbagai tipe produksi. (Andy Beane, 2012:1)

Mengutip dari majalah CHIP Special Animasi. “*CGI (Computer-generated imagenary)* menjadikan produksi animasi yang lebih leluasa dan kreatif. *Toy Story* yang dibuat oleh studio Pixar ini merupakan film panjang terlama yang menggunakan teknik *CGI* pada tahun 1995. Sejak era *Toy Story* tersebut akhirnya semakin banyak bermunculan rumah produksi dan karya-karya animasi 3D lainnya yang tidak kalah bagus” (Tunjung Riyadi, 2011:31)

### 2.3.3 Teori Prinsip Animasi

Segala animasi yang kita lihat dari awal hingga sekarang ini semuanya tidak lepas dari 12 prinsip animasi yang seolah-olah sudah mendarah daging dalam berbagai bentuk animasi yang ada. 12 prinsip animasi yang diperkenalkan oleh Frank Thomas dan Ollie Jhonston dalam bukunya *Illusion of Life* antara lain :

- *Squash and Stretch*

*Squash and stretch* merupakan gerakan menekan dan memanjang yang biasa digunakan kepada suatu objek yang ingin dianimasikan agar dapat terlihat lebih hidup. *Squash and stretch* ini juga biasanya sering dipakai dalam film-film animasi yg sifatnya komedi. Contohnya adalah gerakan bola yang

memantul akan sedikit gepeng saat menyentuh tanah. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:48)

- *Anticipation*

*Anticipation* merupakan gerakan yang kita lakukan sebagai ancang-ancang atau persiapan untuk melakukan gerakan selanjutnya. Sebagai contohnya adalah kita akan sedikit berjongkok sebelum kita melakukan sebuah lompatan. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:52)

- *Staging*

*Staging* merupakan penempatan objek yang dianimasikan di tempat yang mendukung agar *story* dan *mood* dapat terjalin dengan rapi. Maka karena itu *setting* dan *environment* harus dibuat sebaik mungkin. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:54)

- *Straight Ahead Action and Pose to Pose*

Pada dasarnya keduanya merupakan dua teknik animasi yang agak berbeda satu sama lainnya. *Straight ahead* merupakan teknik pembuatan animasi dimana pembuatan *frame per frame* dilakukan secara mengalir begitu saja sehingga gerakannya akan menjadi halus dan dinamis, tetapi akan sulit untuk mengatur kontinuitas dalam hal proporsi. Sedangkan *pose to pose* adalah teknik pembuatan animasi di mana seseorang hanya membuat gerakan kunci di beberapa *keyframe* saja, gerakan antara tiap *keyframe* biasa dilakukan oleh orang lain. Teknik ini biasa diterapkan di studio animasi yang memiliki jumlah tenaga *animator* yang memadai. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:57)

- *Follow Through and Overlapping Action*

*Follow through* merupakan gerakan yang masih terjadi walaupun seseorang sudah berhenti bergerak. Contohnya seperti tubuh yang sedikit bergerak ketika bernafas. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:60)

- *Slow In and Slow Out*  
Merupakan percepatan atau perlambatan dari awal dan akhir gerakan objek yang dianimasikan. Contohnya seperti gerakan memukul, pada awal gerakan memukul kita pasti akan melakukan anticipation yang lambat baru kemudian gerakan tangan menjadi cepat. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:63)
- *Arcs*  
Setiap pergerakan dari objek animasi pasti akan membentuk lengkungan atau arcs jika menginginkan gerakan yang halus. Berbeda lagi jika kita menginginkan gerakan patah-patah atau kaku. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:63)
- *Secondary Action*  
Merupakan gerakan-gerakan tambahan yang diberikan kepada objek yang di animasikan di samping gerakan utamanya agar animasinya tampak lebih 'kaya' dan hidup. Misalnya ketika sedang membuat gerakan orang yang sedang menulis. Gerakan yang utama adalah pada tangan, namun sesekali kepala ikut bergerak mengikuti arah tulisan. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:64)
- *Timing and Spacing*  
*Timing* merupakan pengaturan waktu kapan sebuah objek yang dianimasikan harus berhenti dan kapan harus bergerak. Sedangkan *spacing* adalah percepatan dan perlambatan antar *keyframe*. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:65)
- *Exaggeration*  
Memberi unsur hiperbolis dalam gerakan sebuah objek agar tampak lebih realistis dan lebih meningkatkan unsur lucunya. Contohnya adalah lemak orang gemuk yang bergoyang ketika dia bergerak. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:66)

- *Solid Drawing*

Kemampuan menggambar sangat vital diperlukan di dalam sebuah industri animasi. Orang yang bergerak dalam bidang animasi harus bisa menggambar dengan baik anatomi, komposisi, bayangan, cahaya, serta berat dari suatu objek agar animasi yang dihasilkan juga tampak jauh lebih baik. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:67)

- *Appeal*

*Appeal* merupakan daya tarik dari sebuah animasi. *Appeal* berhubungan langsung dengan tampak visual sebuah animasi termasuk juga kepada tokoh-tokohnya, apakah dia memiliki daya tarik atau tidak kepada penonton. (Ollie Jhonston dan Frank Thomas, 1995:69)

#### **2.4 E-Learning / Educational Animation**

Dalam buku *The e-learning Question and Answer Book* yang ditulis oleh Allan Henderson, *e-learning* merupakan sebuah sistem pembelajaran yang biasa dilakukan dari jarak jauh melalui teknologi komputer (yang biasanya terhubung dengan internet). Sistem ini memungkinkan seseorang untuk dapat belajar tanpa harus pergi ke kelas terlebih dahulu. Selain itu *e-learning* juga memiliki jadwal yang jauh lebih fleksibel. Si pelajar dapat mengatur jadwal dengan pengajar serta pelajar lainnya atau si pelajar bisa saja mengambil sendiri bahan apa yang ingin dia pelajari dan mempelajarinya sendiri kapanpun dia inginkan (Allan J. Henderson, 2003:2)

Dalam konteks kali ini mungkin lebih tepat disebut sebagai *Educational Animation*. Secara garis besar pengertiannya sama seperti *E-Learning*, hanya saja *Educational Animation* ini berbentuk video pendek animasi yang memberikan informasi yang bersifat satu arah bukan interaktif.

#### **2.5 Teori Warna**

Dalam *Color Harmony 2* yang ditulis oleh Bride M. Wheelan dikatakan bahwa sebuah ide dapat berkomunikasi melalui warna tanpa harus ada tulisan atau kata-kata yang diucapkan, dan dapat juga menggambarkan keadaan emosi baik dengan satu warna saja ataupun beberapa warna yang dikombinasikan (Bride M. Wheelan, 1994:13).

## 2.6 Teori Tipografi

Menurut Walter Tracy dalam bukunya *Letters of Credit* mengatakan ada 2 aspek yang mendasar untuk menghasilkan tulisan yang bagus secara ‘look’. Kedua aspek tersebut adalah *legibility* dan *readability* (Tracy Walter, 1986: 30-31).

*Legibility* berarti menyangkut kejelasan bentuk *font* yang kita pilih. Hal ini sangat penting untuk menghindari terjadinya keambiguan ketika melihat setiap karakter yang ada di dalam *font* tersebut. *Legibility* juga penting bagi desainer agar menggunakan bentuk dan ukuran *font* yang sesuai dengan konteks desainnya (Tracy Walter, 1986: 30-31).

*Readability* menyangkut urusan keterbacaan suatu tulisan terutama ketika ingin menyampaikan suatu informasi. Banyak hal yang harus diperhatikan agar suatu tulisan dapat terbaca dengan jelas dan tidak menimbulkan kesalah pahaman, antara lain *inter-letter*, *inter-word*, *inter-line spacing*, panjang tulisan dalam satu baris, dan posisi tempat ditaruhnya tulisan tersebut (Tracy Walter, 1986: 30-31)..

## 2.7 Teori Camera Shot

Berdasarkan dari situs *mediacollege.com*, dalam teknik pengambilan gambar ada beberapa jenis pengambilan gambar (*shot*) yang biasa digunakan di dalam sebuah film atau *video*, antara lain :

- *Extreme Wide Shot (EWS)*  
*Shot* yang sangat jauh dari subjeknya, malah hampir tidak terlihat. Biasanya digunakan untuk pengambilan establish (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Very Wide Shot (VWS)*  
 Subjek sedikit terlihat, tetapi fokus tetap lebih tertuju kepada *environment* di sekitarnya (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Wide Shot (WS)*  
 Subjek terlihat memenuhi frame namun tetap memperlihatkan seluruh bagian bentuknya (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Mid Shot (MS)*  
 Memfokuskan sebagian dari bentuk subjek, biasanya setengah bagiannya (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).

- *Medium Close Up (MCU)*  
Pertengahan antara *Medium Close Up* dan *Close Up* (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Close Up (CU)*  
Pengambilan gambar yang focus memperlihatkan suatu bagian dari subjek (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Extreme Close Up (ECU)*  
Memperlihatkan detil yang lebih ekstrim dari bagian yang sebelumnya (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Cut-in*  
Memperlihatkan bagian lainnya dari subjek untuk memperlihatkan detailnya agar menjadi lebih jelas (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Cut-away*  
Pengambilan gambar di luar subjek utama (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Two Shot*  
Pengambilan gambar yang mengambil 2 subjek sekaligus dalam 1 *frame*, biasa gambar diambil secara *mid shot* (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Over the Shoulder Shoot (OSS)*  
Pengambilan gambar dari belakang subjek lain ke subjek utama (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Noddy Shot (NS)*  
Biasanya digunakan untuk mengambil gambar *interviewer* yang mendengarkan dan bereaksi terhadap subjek (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Point of View Shot (POV)*  
Pengambilan gambar dari sudut pandang subjek (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).
- *Weather Shot*  
Jelas dari namanya bahwa pengambilan gambar ini memfokuskan kepada cuaca (<http://www.mediacollege.com/video/shots/>).

## 2.8 Teori Taksonomi Bloom

Taksonomi *Bloom* merujuk pada taksonomi yang dibuat untuk tujuan pendidikan. Taksonomi ini pertama kali digunakan oleh Benjamin S. Bloom pada tahun 1956. Dalam hal ini, tujuan pendidikan dibagi menjadi beberapa domain (ranah, kawasan) dan setiap domain tersebut dibagi kembali ke dalam pembagian yang lebih rinci berdasarkan hirarkinya (Bloom, 1956)

Tujuan pendidikan dibagi ke dalam tiga domain, yaitu:

- *Cognitive Domain* (Ranah Kognitif), yang berisi perilaku-perilaku yang menekankan aspek intelektual, seperti pengetahuan, pengertian, dan keterampilan berpikir.

*Cognitive Domain* ini lantas dibagi lagi ke dalam 6 tingkatan, antara lain:

- *Knowledge* (pengetahuan)  
Berisikan kemampuan untuk mengenali dan mengingat peristilahan, definisi, fakta-fakta, gagasan, pola, urutan, metodologi, prinsip dasar, dsb.
- *Application* (aplikasi)  
Di tingkat ini, seseorang memiliki kemampuan untuk menerapkan gagasan, prosedur, metode, rumus, teori, dsb dalam kondisi kerja.
- *Analysis* (analisis)  
Di tingkat analisis, seseorang akan mampu menganalisis informasi yang masuk dan membagi-bagi atau menstrukturkan informasi ke dalam bagian yang lebih kecil untuk mengenali pola atau hubungannya, dan mampu mengenali serta membedakan factor penyebab dan akibat dari sebuah scenario yang rumit.
- *Synthesis* (sintesis)  
Satu tingkat di atas analisis, seseorang di tingkat sintesaakan mampu menjelaskan struktur atau pola dari sebuah scenario yang sebelumnya tidak terlihat, dan mampu mengenali data atau informasi yang harus didapat untuk menghasilkan solusi yang dibutuhkan.

- *Evaluation* (evaluasi)

Dikenali dari kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap solusi, gagasan, metodologi, dsb dengan menggunakan criteria yang cocok atau standar yang ada untuk memastikan nilai efektivitas atau manfaatnya.

- *Affective Domain* (Ranah Afektif) berisi perilaku-perilaku yang menekankan aspek perasaan dan emosi, seperti minat, sikap, apresiasi, dan cara penyesuaian diri.

*Affective Domain* dibagi lagi menjadi beberapa tingkatan:

- *Receiving/Attending* (penerimaan)

Kesediaan untuk menyadari adanya suatu fenomena di lingkungannya. Dalam pengajaran bentuknya berupa mendapatkan perhatian, memperhatikannya, dan mengarahkannya.

- *Responding* (tanggapan)

Memberikan reaksi terhadap fenomena yang ada di lingkungannya. Meliputi persetujuan, kesediaan, dan kepuasan dalam memberikan tanggapan.

- *Valuing* (penghargaan)

Berkaitan dengan harga atau nilai yang diterapkan pada suatu objek, fenomena, atau tingkah laku. Penilaian berdasar pada internalisasi dari serangkaian nilai tertentu yang diekspresikan ke dalam tingkah laku.

- *Organization* (organisasi)

Memadukan nilai-nilai yang berbeda, menyelesaikan konflik di antaranya, dan membentuk suatu nilai yang konsisten.

- *Characterization by a Value or Value Complex* (karakterisasi berdasarkan nilai-nilai)

Memiliki system nilai yang mengendalikan tingkah-lakunya sehingga menjadi karakteristik gaya hidupnya.

- *Psychomotor Domain* (Ranah Psikomotor) berisi perilaku-perilaku yang menekankan aspek keterampilan motorik seperti tulisan tangan, mengetik, berenang, dan mengoperasikan mesin.

*Psychomotor Domain* dibagi lagi ke dalam beberapa rincian, antara lain:

- *Perception* (persepsi)  
Penggunaan alat indera untuk menjadi pegangan dalam membantu gerakan.
- *Set* (kesiapan)  
Kesiapan fisik, mental, dan emosional untuk melakukan gerakan.
- *Guided Response* (respon terpimpin)  
Tahap awal dalam mempelajari keterampilan yang kompleks, termasuk di dalamnya imitasi dan gerakan coba-coba.
- *Mechanism* (mekanisme)  
Membiasakan gerakan-gerakan yang telah dipelajari sehingga tampil dengan meyakinkan dan cakap.
- *Complex Over Response* (respon tampak yang kompleks)  
Gerakan motoris yang terampil yang di dalamnya terdiri dari pola-pola gerakan yang kompleks
- *Adaptation* (penyesuaian)  
Keterampilan yang sudah berkembang sehingga dapat disesuaikan dalam berbagai situasi.
- *Origination* (penciptaan)  
Membuat pola gerakan baru yang disesuaikan dengan situasi atau permasalahan tertentu

## 2.9 Study Existing

### 2.9.1 Studi Bentuk

Untuk studi bentuk, penulis menganalisa bentuk-bentuk elemen yang digunakan dalam film animasi pendek *JAPAN-The Strange Country*.



**Gambar 2.5** Bentuk Elemen dari animasi *JAPAN-The Strange Country*

(<http://vimeo.com/9873910>)

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa dalam animasi tersebut, digunakan gambar-gambar *vector* yang sederhana dan lugas sehingga tidak akan menimbulkan persepsi yang salah ketika menafsirkan suatu informasi. Animasi tersebut menghindari bentuk elemen yang rumit sama sekali.

### 2.9.2 Studi Warna

Penulis menganalisa warna dan tampilan yang digunakan dalam animasi pendek *Care to Click*.



**Gambar 2.6** Warna dan Tampilan dari animasi *Care to Click*  
(<http://vimeo.com/45079561>)

Dalam animasi tersebut, pembuatnya lebih banyak menggunakan warna-warna yang solid karena dengan warna yang solid dapat lebih mempertegas benda yang dimaksud. Selain itu warna solid dapat lebih menonjolkan ciri khas visual dari sebuah *vector*.

Selain warnanya, di animasi tersebut juga ditambahkan efek *grain* sehingga tidak terlalu polos. Walaupun *background* tidak terlalu banyak namun akan menambah kesan ramai di dalam *video* tersebut, termasuk juga penggunaan *vignette*.

### 2.9.3 Studi Copywriting

Untuk kategori *copywriting*, penulis menganalisa sebuah video animasi dari *Kaspersky*.



**Gambar 2.7** *Copywriting* dari animasi *Kaspersky*

(<http://vimeo.com/60751005>)

Secara visual mungkin tidak ada yang terlalu spesial dari animasi pendek ini. Namun *copywriting* yang digunakan sangatlah bagus. Jadi metode penceritaannya adalah dengan memberi tahu premisnya terlebih dahulu, baru kemudian ditampilkan animasi yang menggambarkan premisnya.

Namun animasi yang mereka tampilkan juga tidak serta merta memvisualkan secara ‘vulgar’ premis tersebut. Mereka menggunakan penggambaran-penggambaran yang menarik dalam menceritakan premisnya. Seperti misalnya serangan dari virus yang digambarkan sebagai serangan *UFO*.

## 2.10 Analisis SWOT

*Strength*, kopi itu adalah sesuatu yang universal. Semua orang di seluruh dunia pasti tahu tentang kopi. Tidak memandang gender, strata sosial, umur, dan lain sebagainya.

*Weakness*, banyak sekali manfaat yang harus dijelaskan dari kopi. Sehingga penulis harus memilih beberapa yang terbaik dan membuatnya dengan semenarik mungkin agar penonton tidak merasa bosan.

*Opportunity*, masih sedikitnya orang yang mengetahui tentang manfaat kopi dan dengan cara memperlihatkannya lewat video orang merasa lebih nyaman ketimbang harus membaca. Selain itu visual yang menarik juga membuatnya mudah diingat oleh penonton. Kopi juga sudah menjadi *lifestyle* bagi sebagian orang.

*Threat*, masih sangat sedikit orang yang mau meluangkan waktunya untuk melihat sebuah animasi yang bersifat mengajar atau memberi edukasi karena gampang merasa bosan dan dirasa kurang menghibur.

### 2.11 Target Audiens

Sasaran utama dari film pendek animasi ini adalah para penonton yang berada dalam kisaran usia sekitar umur 27 sampai dengan sekitar umur 31. Biasanya pada usia-usia tersebut di mana seseorang sudah mulai memiliki rasa tanggung jawab terhadap dirinya maupun orang di sekitarnya. Isyu kesehatan mulai disorot dan mendapat perhatian lebih. Pada umur-umur tersebut juga merupakan usia yang cukup konsumtif di mana hanya sekedar *hang-out* atau pertemuan bisnis kecil sering mereka lakukan di kedai-kedai kopi kelas atas. Selain itu, pemikiran di sekitar usia tersebut biasanya lebih mudah untuk menerima informasi terutama yg berhubungan dengan kesehatan.

### 2.12 Data Pendukung

Sebagai data pendukung yang membuat latar belakang penulis memilih manfaat kopi bagi tubuh sebagai tema dari tugas akhir maka penulis melakukan survey *online*, dengan partisipan yang berjumlah 100 orang, dimana di antaranya adalah 60 laki-laki dan 40 perempuan menggunakan sistem kuisioner. Berikut adalah hasil survey :

1. Apakah anda seorang peminum kopi atau *coffee addict*?

Ya            30 orang

Tidak        60 orang

2. Apakah anda tahu bahwa kopi sebenarnya memiliki berbagai manfaat yang baik untuk tubuh?

Ya            53 orang

Tidak        47 orang

3. Apakah sebuah video atau film dapat membantu anda untuk mempelajari atau memahami suatu hal yang baru?

Ya            100 orang

Tidak        0 orang

4. Jika dibuat film edukasi animasi mengenai manfaat kopi yang baik bagi tubuh apakah anda tertarik untuk menontonnya?

Tertarik	45 orang
Lumayan tertarik	40 orang
Biasa saja	14 orang
Tidak tertarik	1 orang

5. Jika anda minum kopi, apa alasan yang membuat anda meminum kopi tersebut?

6. Sebutkan manfaat-manfaat yang dapat dihasilkan dari kopi bagi tubuh manusia yang anda ketahui!

Dari pertanyaan-pertanyaan di atas, dua di antaranya merupakan pertanyaan yang jawabannya bukan *multiple choice*. Jawabannya yang sangat beragam itu tidak dapat saya tampilkan seluruhnya disini.

Dapat dilihat dari responden yang saya berikan kuisisioner ini, mereka bukanlah seseorang yang “minum kopi”. Maksud dari minum kopi disini adalah seorang pecinta kopi di mana kopi seakan-akan menjadi salah satu kebutuhan primernya. Tapi walaupun mereka bukan peminum kopi, tapi mereka pasti pernah minum kopi. Rata-rata dari mereka yang minum kopi biasanya karena rasanya yang enak, ingin menahan rasa kantuk, atau hanya sekedar ingin saja. Dari sini muncul kesimpulan bahwa sekalipun seseorang bukan peminum kopi, tapi kopi hampir tidak dapat dipisahkan dari orang-orang.

Melangkah ke pertanyaan selanjutnya, dari hasil survey yang telah dilakukan terlihat bahwa sebetulnya hanya sekitar setengah dari jumlah responden yang sudah tahu bahwa kopi memiliki manfaat yang baik bagi tubuh, sisanya belum tahu sama sekali dan bahkan bertanya balik bahwa bukannya kopi hanya memiliki dampak negatif. Yang sudah tahu manfaatnya pun ketika saya minta untuk menyebutkan, mayoritas dari mereka menjawab kopi untuk menahan kantuk, untuk kecantikan kulit, dan antioksidan. Masih kurang dari hitungan jari orang-orang yang dapat menyebutkan manfaat kopi lebih dalam.

Dari semua data-data yang telah saya kumpulkan saya menarik kesimpulan bahwa masih banyak sekali orang yang membutuhkan pengajaran atau informasi

bahwa sebetulnya kopi mempunyai manfaat yang sangat baik untuk tubuh dan bisa melawan beberapa penyakit yang cukup berat dan pemberian informasi tersebut akan dirasa cukup efektif jika dibuat sebuah video atau film khususnya animasi. Mereka akan lebih tertarik dan mudah untuk mengingat informasi yang telah mereka dapatkan.