

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebiasaan minum kopi telah diadopsi oleh masyarakat Indoensia sejak biji kopi dibawa oleh bangsa Belanda melalui VOC. Kopi bukanlah minuman asli Indonesia, maka kebiasaan minum kopi baru ada sejak zaman Belanda. Kebiasaan tersebut terus bertahan hingga saat ini dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Tidak hanya orang-orang tua, namun kalangan muda pun banyak yang merupakan penikmat kopi. Ditambah dengan semakin banyaknya warung kopi dan café yang bermunculan, semakin banyak pula golongan masyarakat terutama anak muda yang gemar untuk menghabiskan waktu untuk menikmati kopi, sambil mengerjakan tugas dengan laptop, atau sekedar menghabiskan waktu untuk berbincang dengan kolega.

Hal tersebut juga telah menjadi gaya hidup bagi penikmat kopi di daerah Bandung. Dengan maraknya bermunculan warung-warung kopi modern dan café yang menawarkan berbagai macam olahan kopi dengan bermacam rasa, tak jarang mereka juga menawarkan biji kopi baik yang telah digiling maupun belum dengan label kemasan masing-masing untuk dijual pada konsumen yang ingin menggiling biji kopi mereka sendiri. Mereka yang membeli kopi baik itu yang telah dalam bentuk bubuk maupun masih berbentuk biji biasanya memang memiliki alat untuk menggiling dan mengolah kopi sendiri, atau memang suka untuk menyeduh kopi sendiri.

Di Bandung, tepatnya di Jalan Banceuy No. 51 terdapat sebuah pabrik kopi dengan bangunan khas Art Deco bernama Kopi Aroma yang telah berdiri sejak 1930 oleh Tan Houw Sian dan masih beroperasi hingga saat ini. Kini pabrik dipegang oleh generasi keduanya yaitu Bapak Widya Pratama. Setiap harinya pabrik kopi ini selalu ramai oleh pelanggan hingga antriannya mengular keluar toko. Kopi yang dihasilkan oleh Kopi Aroma memang spesial, dalam prosesnya biji kopi didiamkan selama 5 tahun untuk Robusta dan 8 tahun untuk Arabika. Hal itu dilakukan untuk mengurangi kadar asam dalam biji kopi, sehingga aman bagi lambung. Proses pendiaman dan pengolahan yang tidak menggunakan bahan kimia

sama sekali ini pula yang menjadi daya tarik dari Kopi Aroma itu sendiri, sehingga sampai saat ini pun Kopi Aroma selalu ramai dengan pelanggan yang mengantri panjang setiap harinya. Kebanyakan dari mereka yang mengantri adalah pecinta kopi yang sudah lama menikmati kelezatan dari kopi aroma, terutama orang-orang tua dan dewasa. Namun ditengah maraknya warung kopi dan café yang membuka cabang dimana-mana, begitu pula dengan menerima pesanan secara online yang biasa ditawarkan oleh berbagai warung kopi dan café, Bapak Widya Pratama sama sekali tidak memiliki niatan untuk melakukan hal yang sama. Hal tersebut membuat Kopi Aroma seolah menjadi sangat eksklusif karena mereka yang ingin membeli kopi harus datang langsung ke pabrik yang ada di Banceuy, atau menitip beli pada orang-orang yang memborong untuk dijual kembali. Meskipun pada beberapa tempat seperti supermarket daerah dapat ditemukan produk Kopi Aroma, namun distribusinya masih sangat terbatas dan terdapat perbedaan harga, kualitas dan kesegaran dari kopi apabila dibandingkan dengan kopi yang dibeli langsung dari pabriknya. Oleh sebab distribusi yang masih sangat terbatas itu pula, nama Kopi Aroma hanya dikenal oleh sebagian masyarakat Bandung, bahkan mungkin hanya bagi kalangan pecinta kopi yang sudah lama berlangganan. Masih banyak masyarakat di Bandung itu sendiri yang bahkan tidak tahu mengenai keberadaan Kopi Aroma, terutama kalangan anak muda yang lebih gemar untuk mengunjungi kafe-kafe modern. Kurangnya promosi melalui media digital juga menambah alasan mengapa kalangan muda yang pada zaman ini lebih aktif di media sosial menjadi kurang mengetahui keberadaan pabrik ini. Atas permasalahan tersebut, perancang kemudian mengambil topik ini untuk dijadikan tema perancangan *concept art* animasi pendek 2D untuk tugas akhir.

Pada tahap pra-produksi dalam industri animasi, terdapat tahapan pembuatan *concept art* yang merupakan tahap penting untuk melakukan pengembangan ide cerita dan konsep yang nantinya akan menjadi acuan dalam proses produksi animasi. Kopi Aroma akan menjadi basic idea dari *concept art* yang akan dibuat oleh perancang. Pembuatan *concept art* perlu menyesuaikan dengan konsep cerita dan target audiens. Selain membangun ide cerita, pada proses pembuatan *concept art*, terdapat tahap pembentukan karakter, environment, properti hingga mood yang akan menjadi unsur penting dalam sebuah animasi.

Perancangan ini juga dilakukan untuk menyampaikan konsep cerita yang dibuat oleh perancang, yang berdasarkan dari Kopi Aroma itu sendiri.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan apa yang telah dikemukakan pada latar belakang, permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup, tidak hanya orang tua namun semakin banyak penikmat kopi yang berasal dari kalangan muda.
- Di Bandung semakin banyak bermunculan warung kopi dan café yang menawarkan berbagai macam olahan kopi dan biji kopi dengan label sendiri sehingga lebih dikenal oleh masyarakat.
- Kopi Aroma tidak membuka cabang di tempat lain, dan tidak menerima membuka pesanan secara online sehingga pelanggan harus datang langsung ke toko untuk membeli kopi sehingga keberadaannya hanya diketahui oleh pelanggan yang sudah lama berlangganan atau kalangan pecinta kopi otentik.
- Pendistribusian produk kopi masih sangat terbatas di daerah Bandung.
- Tidak semua warga Bandung mengetahui keberadaan pabrik Kopi Aroma karena masih kurangnya promosi, terutama bagi kalangan anak muda melalui media digital.
- Belum ada film animasi 2D mengenai pabrik Kopi Aroma.
- Dibutuhkan *concept art* untuk menyampaikan dan memvisualisasikan konsep cerita yang berdasarkan dari Pabrik Kopi Aroma.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka beberapa masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang *concept art* animasi 2D agar Pabrik Kopi Aroma dapat dikenal oleh warga Bandung terutama kalangan anak muda?
2. Bagaimana merancang *concept art* yang meliputi *character design*, *property* dan *environment* untuk film animasi 2D untuk menyampaikan informasi tentang Pabrik Kopi Aroma?

## 1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, berikut adalah ruang lingkup dalam perancangan ini :

1. Apa

Perancangan *concept art* animasi 2D sebagai media untuk memperkenalkan Pabrik Kopi Aroma kepada warga Bandung terutama kalangan anak muda.

2. Siapa

Target audiens dari rancangan *concept art* animasi 2D ini adalah remaja hingga dewasa dengan rentang umur 17 hingga 25 tahun yang menyukai kopi di daerah Bandung.

3. Dimana

Lokasi penelitian, yaitu berupa wawancara dan observasi dilakukan di wilayah Kota Bandung khususnya di daerah Jalan Banceuy dan Pabrik Kopi Aroma.

4. Mengapa

Perancang ingin memperkenalkan Pabrik Kopi Aroma kepada warga Bandung terutama kalangan anak muda yang gemar menikmati kopi di café atau warung kopi modern yang kini semakin banyak bermunculan.

5. Kapan

Perancangan ini dibuat dan akan selesai pada tahun 2019.

6. Bagian mana

Perancangan *concept art* sebagai bentuk visualisasi dalam memperkenalkan Pabrik Kopi Aroma untuk animasi yang meliputi konsep cerita dan plot, desain karakter dan *environment* berbentuk ilustrasi dua dimensi yang nantinya akan dikemas dalam bentuk artbook dan animasi sederhana.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditentukan tujuan perancangan ini sebagai berikut:

1. Merancang *concept art* animasi 2D agar Pabrik Kopi Aroma dapat dikenal oleh warga Bandung terutama kalangan anak muda.
2. Merancang *concept art* yang meliputi *character design*, *property* dan *environment* untuk film animasi 2D untuk menyampaikan informasi tentang Pabrik Kopi Aroma?

## **1.6 Manfaat Perancangan**

### **1.6.1 Bagi Akademis**

Dapat dijadikan sebagai acuan tentang penerapan keilmuan yang telah dijalani oleh penulis selama masa perkuliahan. Dapat juga digunakan sebagai acuan dan referensi bagi perancangan sejenis yang menggunakan basic idea dari bangunan bersejarah yang ada di Bandung maupun di Indonesia untuk perancangan *concept art* animasi 2D.

### **1.6.2 Bagi Masyarakat**

Diharapkan *concept art* ini dapat memvisualkan konsep cerita secara baik agar dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat. Juga agar *concept art* ini dapat memperkenalkan dan mempromosikan mengenai pabrik Kopi Aroma yang telah berdiri sejak tahun 1930 di Jalan Banceuy yang masih sangat ramai didatangi oleh penikmat kopi yang sudah berlangganan, namun kurang dikenal oleh warga Bandung itu sendiri terutama kalangan anak muda.

### **1.6.3 Bagi Perancang**

Sebagai wawasan dalam penerapan ilmu di bidang Desain Komunikasi Visual yang telah didapatkan selama masa perkuliahan khususnya tentang proses perancangan suatu *concept art* animasi 2D. Rancangan ini juga berfungsi sebagai wadah perancang dalam menyalurkan ide dan ketertarikannya dalam menciptakan *concept art* guna memperkenalkan pabrik kopi bersejarah yang ada di Jalan

Banceuy yaitu Pabrik Kopi Aroma yang telah berdiri sejak tahun 1930 dan masih aktif hingga hari ini.

## **1.7 Metode Perancangan**

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Metode ini merupakan salah satu metode penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung digunakan dalam mencari sebuah makna dari data yang didapatkan dari sebuah penelitian. Biasanya metode ini digunakan ketika meneliti suatu hal yang terkait dengan masalah sosial dan budaya.

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi literatur dan kuesioner.

#### **1. Observasi**

Perancang melakukan observasi dengan mendatangi pabrik Kopi Aroma yang berlokasi di Banceuy, dan jalan Braga yang ada di Bandung. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data visual dari pabrik Kopi Aroma dari bagian luar dan dalam serta lingkungan dan *mood* yang ada di jalan Braga, hal ini bermanfaat dalam proses eksplorasi. Selain itu, perancang juga melakukan observasi terhadap beberapa karya animasi dengan pengayaan sejenis dan juga tema yang menyangkut mengenai kopi.

#### **2. Wawancara**

Wawancara dilakukan pada tanggal 22 September 2018 dengan menemui secara langsung Bapak Widyapratama selaku pemilik pabrik Kopi Aroma untuk mendapatkan informasi mengenai Kopi Aroma yang nantinya akan digunakan sebagai data penguat dalam perancangan.

#### **3. Studi Pustaka dan Literatur**

Perancang mengumpulkan data-data dari buku atau sumber literatur lainnya, baik untuk studi pustaka maupun studi visual. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang akan dijadikan sebagai landasan teori

serta digunakan sebagai perbandingan data penelitian dalam proses perancangan *concept art*.

#### 4. Kuesioner

Perancang menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada responden berusia 17-25 tahun yang menyukai kopi melalui media sosial untuk mendapatkan data pemirsa berupa respon mengenai wawasan mengenai Pabrik Kopi Aroma sebagai data penunjang perancangan.

### 1.7.2 Metode Analisis Data

Metode pendekatan yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2014), pendekatan fenomenologi adalah salah satu jenis pendekatan kualitatif dimana dalam pendekatan jenis ini peneliti melakukan sebuah observasi kepada partisipan untuk mengetahui fenomena-fenomena yang terjadi dalam hidup partisipan tersebut. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pengumpulan data oleh peneliti yang kemudian diolah untuk menemukan makna dari apa yang telah dikemukakan oleh partisipan. Fenomenologi pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai perjalanan hidup seseorang.

### 1.7.3 Sitematika Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data dan analisis data, maka akan didapatkan hasil analisis yang kemudian akan digunakan perancang sebagai landasan dalam perancangan *concept art*. Tahapan perancangan *concept art* tersebut ialah sebagai berikut:

#### 1. Pra-Produksi

Pada tahapan ini, perancang menentukan ide awal, pengumpulan berbagai data utama dan pendukung serta referensi visual dari hasil analisis data dan karya sejenis maupun observasi langsung. Data-data ini kemudian akan dijadikan landasan dalam pembentukan *concept art* yang akan dirancang. Perancang mengawali dengan membuat sebuah plot cerita yang akan menjadi dasar pembentukan karakter yang

nantinya akan berperan dalam penyampaian informasi dan pesan yang ingin disampaikan oleh perancang sesuai dengan tujuan perancangan.

## 2. Produksi

Setelah data dan referensi telah dikumpulkan, maka perancang melanjutkan ke tahap produksi. Perancang melakukan eksplorasi untuk desain karakter berdasarkan berbagai pertimbangan dan background story yang telah dibuat, kemudian setelah desain akhir ditentukan, perancang memasuki aspek teknis dari desain seperti pembuatan lembar referensi karakter, lembar ekspresi, pakaian dan properti, dan lain-lain. Perancang juga membuat environment dari pabrik kopi aroma mulai dari peta, denah, bentuk bangunan dari luar dan dalam dan dari berbagai sudut disertai dengan mesin maupun properti yang ada dan lain-lain. Perancang menggunakan media digital dengan software Paint Tool SAI yang memiliki format bitmap.

Perancang juga membuat walking cycle animation untuk karakter Alma. Animasi dibuat dengan teknik frame by frame dengan total 24 frame untuk satu kali siklus berjalan. Dibuat dengan media digital Paint Tool SAI untuk gambar dan Adobe Photoshop untuk menyatukan sehingga menjadi suatu animasi.

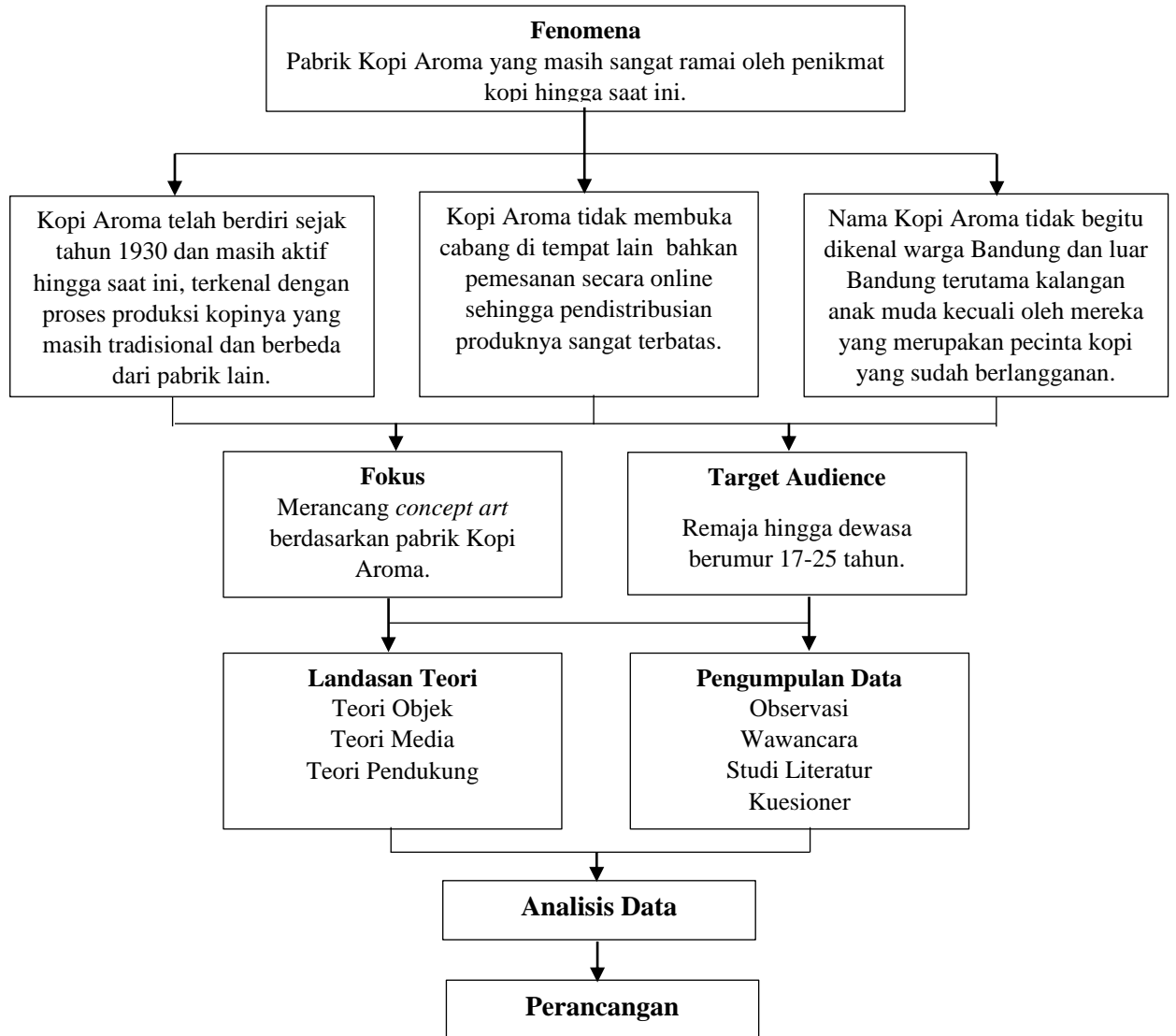
## 3. Pasca Produksi

Pada tahap ini perancang melakukan aspek finishing pada karya, seperti melakukan color correction, dan penambahan efek visual. Konten yang telah dibuat selama proses produksi pun memasuki tahap layouting untuk kemudian dibuat menjadi sebuah artbook yang merangkum proses dan hasil dari perancangan tugas akhir hingga akhirnya dicetak.



## 1.8 Kerangka Perancangan

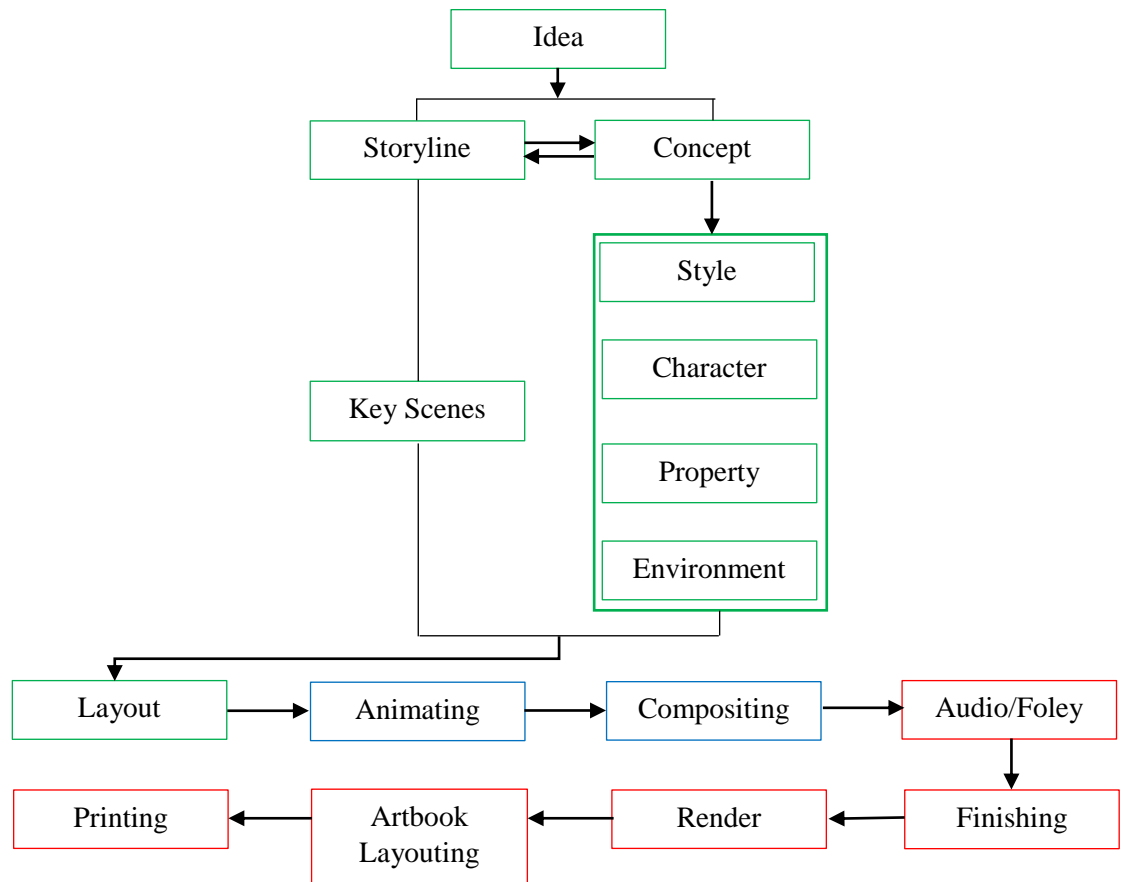
### 1.8.1 Mind Map Perancangan



**Bagan 1.1** Skema kerangka perancangan

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

## 1.8.2 Pipeline Animasi



**Bagan 1.2 Pipeline**

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

## 1.9 Pembabakan

Sistematika penulisan pada perancangan ini dibagi menjadi lima bab yang secara singkat diuraikan sebagai berikut:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijabarkan mengenai fenomena yang terkait dengan Kopi Aroma serta latar belakang perancangan *concept art*. Dijelaskan juga tentang identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

## 2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas secara rinci tentang teori dan kerangka berpikir yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan yang dilakukan. Teori-teori yang berkaitan seperti teori tentang kopi, *concept art*, tahapan merancang karakter, dan hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *environment* serta membangun *mood*.

## 3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Bab ini membahas tentang data yang telah diperoleh dan dikumpulkan sebagai acuan dalam perancangan. Serta uraian mengenai hasil wawancara, observasi, studi literatur serta analisis karya sejenis yang berkaitan terhadap perancangan *concept art* dari konsep cerita yang berbasis dari Kopi Aroma.

## 4. BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang hasil dari perancangan yang didapat dari hasil analisis pada bab sebelumnya sebagai acuan dalam perancangan *concept art*.

## 5. BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari bab-bab sebelumnya serta saran dari hasil dan proses perancangan *concept art* yang telah dilakukan.