

PERANCANGAN EXPLAINER VIDEO PESTADISKON MELALUI ANIMASI 2D SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Donny Setiawan¹

ebethbike@gmail.com

Arief Ruslan²

arief.ruslan@budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The creation of this work aims to introduce and promote a Startup named Pestadiskon. This creation discusses the planning of beginning concept then making step of explainer video, research and observation became the beginning of the idea of creating this work in determining the character, animation techniques, and selection of voice character. Besides that the client's brief will be adjusted, because this work is based on client request. This creation explains about the process of making explainer video. Start from the determination of initial concepts, story ideas, character creation, making narrative script, sketching, animation and rendering. The process of making this works start from receiving a brief from the client, data collection, reference collection, concept determination, until searching voice-over character before animation. A company must have a promotion to be widely known and increase the number of visitors and users of the website, then it will increase the followers of social media. Pestadiskon in the future become one of the online buying and selling place to empower local creativity in Indonesia.

Keywords: An Explainer Video, Animation 2D, Pestadiskon, Visual Communication

¹ 1471504751, Mahasiswa Konsentrasi Komunikasi Visual, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

² Dosen Pembimbing

PENDAHULUAN

Perkembangan Ilmu pengetahuan dan Teknologi semakin mendorong upaya-upaya pembaruan dalam proses memenuhi kebutuhan dan mengetahui informasi lebih cepat. Berkembangnya media pembelajaran saat ini membuat semakin mudah dan cepat akses informasi yang bisa didapatkan seseorang dimana saja dan kapan saja.

Pestadiskon adalah Marketplace atau tempat belanja online yang unik, karna semua produk yang dijual pasti diskon, di marketplace Pestadiskon mendukung kreatifitas lokal dengan membantu menjualkan produk produk UKM, produk-produk brand lokal dan brand besar dengan kualitas yang baik.

Saya mewawancarai Co-Founder dari Pestadiskon mengenai traffic website tersebut. Website ini di luncurkan pada 15 Desember 2015 yang mana data analitik pestadiskon sejauh ini memiliki daily visitor sebanyak sebanyak 496, montly vistor 14,880, yearly visitor 181,040, dan daily pageviewers sebanyak 1,092, montly pageviewers 32,760, yearly pageviewers 398,580 (sumber : <http://www.statshow.com/www/pestadiskon.com>).

Dari hasil wawancara & kuisioner diatas pencipta mendapatkan beberapa hasil bahwa dari data analitik visitor dan pageviewers website pestadiskon masih minim pengunjung. Pentingnya sebuah perusahaan memiliki media promosi, selain dapat meningkatkan awareness Perusahaan itu sendiri selain itu bisa mendapatkan keuntungan lainnya seperti meningkatkan traffic visitor website dan lain lain. Oleh karena itu website pestadiskon membutuhkan promosi mengenai website tersebut. Sesuai client based dan observasi melalui media online,

promosi yang sesuai untuk mengenalkan website pestadiskon yaitu sebuah Explainer Video.

Dari paparan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa Explainer Video merupakan sebuah media pengantar yang memberikan informasi langsung kepada khalayak yang melihatnya. Dengan terwujudnya Explainer Video pestadiskon diharapkan khalayak dan khususnya target audiens dapat lebih mengenal secara utuh dan memahami website pestadiskon.

TUJUAN PENCIPTAAN

Mengenalkan marketplace pestadiskon melalui Explainer Video kepada khalayak secara menarik dengan konsep fresh menggunakan prinsip warna, ilustrasi, tipografi dikemas dalam sebuah animasi 2D, Pencipta memilih animasi 2D karna menarik dan mudah di pahami semua kalangan.

MANFAAT Manfaat karya yang ingin dicapai setelah karya ini selesai diciptakan, yaitu dapat berguna bila ditinjau dari segi praktis & teoritis sebagai berikut:

KAJIAN SUMBER PENCIPTAAN KARYA

- a. Penciptaan oleh Kok Bisa? "Siapakah Garuda Yang Ada di Lambang Negara Indonesia?"
- b. Penciptaan oleh Kamu Harus Tahu! "Sejarah Nama Indonesia"
- c. Penciptaan oleh Monoponik Studio, Bandung "Explainer Video Bukalapak.com"

LANDASAN TEORI

KOMUNIKASI

Komunikasi adalah setiap tindakan yang dilakukan satu orang yang memberi atau menerima dari orang lain informasi

tentang kebutuhan orang itu, keinginan, persepsi, pengetahuan. Komunikasi mungkin disengaja atau tidak disengaja, mungkin menggunakan media atau tidak, bentuknya berupa verbal dan nonverbal.³

MEDIA PROMOSI

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, dapat mengingat produk tersebut.⁴

KOMUNIKASI VISUAL

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna atau pesan.⁵

PRINSIP-PRINSIP DASAR DESAIN

1. Keseimbangan (balance), adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optic. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat.

2. Tekanan (emphasis), biasa dilakukan dengan beberapa cara, antara lain dengan menggunakan ukuran besar, warna mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling besar.

3. Irama (rhythm), adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dimuat dengan penyusunan elemen

berulang kali secara konsisten. Sementara itu variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran atau posisi.

4. Kesatuan (unity), desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya.⁶

ALUR

Alur adalah rangkaian cerita yang dibentuk oleh tahapan-tahapan peristiwa sehingga menjalin sebuah cerita yang dihadirkan oleh para pelaku dalam suatu cerita.⁷

ILUSTRASI

Ilustrasi dapat digunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi antara lain :

1. Memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita.
2. Menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu buku pelajaran (teks book)
3. Mem-visualisasikan demi langkah pada sebuah intruksi dalam paduan teknik atau sekedar membuat pembaca tersenyum dan tertawa.⁸

TIPOGRAFI

Tipografi menurut Prof. Drs. Yongky Safanayong adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkenaan dengan huruf, aksara, abjad, font, atau type. Implementasinya mencakup berbagai

³ Hadiono Afdjani, Ilmu Komunikasi Proses & Strategi, (Tangerang: Indigo Media, 2014), hlm. 4.

⁴ Djaslim Saladin da Yevis Marty Oesman, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, (Bandung : Linda Karya, 2002), hlm. 123.

⁵ Adi Kusrianto, Pengantar Desain Komuniskai Visual, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 10.

⁶ Rakhmat Supriyono, Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi, (Yogyakarta : Andi Yogyakarta, 2010), hlm. 86.

⁷ Arief Ruslan, Animasi Perkembangan Dan Konsepnya, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 92.

⁸ Op.Cit. hlm. 111.

media desain grafis, baik media cetak maupun media elektronik.⁹

WARNA

Warna merupakan fenomena yang dapat terjadi karena adanya tiga unsur yaitu:

1. Cahaya

Cahaya yang kita lihat melalui mata kita sekarang sebenarnya merupakan bagian dari spectrum gelombang elektromagnetik. Seberapa terangnya cahaya dinyatakan dalam Color Temperature dengan satuan derajat kelvin. Standar Internasional menyatakan cahaya putih dengan angka 5000 derajat kelvin (D50). Semakin tinggi nilai color temperature warna akan menghasilkan warna bluish (kebiruan) dan semakin rendah nilai color temperaturnya akan menghasilkan warna yellowish (kekuningan). Sumber cahaya yang berbeda pula terhadap objek yang kita lihat. Beberapa sumber cahaya yang ada di sekitar kita antara lain sinar matahari, lampu bohlam, lampu TL, atau lampu khusus lainnya

2. Objek / Benda

Objek hanya memantulkan, meneruskan atau menyerap cahaya yang datang mengenainya. Objek dipengaruhi oleh bahan pembentuknya maupun permukaan objek tersebut seperti mengkilap, doft, plastic, metal, textile, cat metalik, dan sebagainya.

Sebuah cahaya yang mengenai sebuah mobil berwarna merah, maka seluruh warna akan diserap oleh mobil kecuali warna merah akan dipantulkan dan ditangkap oleh kita sebagai warna merah.

3. Observer / pengamat

Untuk melihat suatu warna, tentu harus ada mata. Mata sebagai panca indera mempunyai struktur yang begitu unik dan kompleks didalamnya. Ada retina, pupils, dan receptor serta komponen lainnya. Panjang gelombang yang diterima oleh mata selanjutnya diteruskan ke otak manusia sebagai memori dan diberi deskripsi.

Namun demikian mata manusia sangat bersifat subjektif. Sebuah warna objek yang sama dapat memberikan persepsi warna yang berbeda bagi setiap orang. Hal-hal yang mempengaruhi persepsi seseorang dalam melihat warna antara lain: warna background gambar, usia/jenis kelamin, kondisi fisik mata seseorang, perbedaan emosional (stress, jatuh cinta, leleah, marah, dan sebagainya), besar kecil suatu objek, dan juga sudut pandang.¹⁰

TOKOH

Menurut Panuti Sudjiman, tokoh merupakan tokoh individu rekaan yang mengalami peristiwa dalam cerita.¹¹

LAYOUT

Menurut surianto rustan dalam bukunya adalah pada dasarnya layout dapat dijadikan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/peran yang dibawanya.¹²

ANIMASI

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia-Inggris, kata animasi berasal dari kata dasar, "to animate" ,yang berarti menghidupkan secara umum, animasi merupakan salah satu kegiatan menjalankan atau menggerakkan benda

⁹ Nikko Purnama Lukman, Kamus Visual Tipografi, (Tangerang Selatan: DGI Press, 2015), hlm. 3.

¹⁰ Anne Dameria, Color basic Panduan dasar warna untuk Desainer & Industri Grafika, (Jakarta: Link & Match Graphic, 2007), hlm. 10.

¹¹ Arief Ruslan, Animasi Perkembangan Dan Konsepnya, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hlm. 92.

¹² Surianto Rustan, Layout dasar dan Penerapannya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 1.

mati, dengan memberikan dorongan, kekuatan, gambaran-gambaran, semangat agar seakan-akan hidup.¹³

KOMPONEN ANIMASI

Menurut Arief Ruslan, animasi mempunyai komponen yang pokok dan dapat dikatakan sebagai subjek yang mulai, sedang, atau telah bergerak.¹⁴

PRINSIP DASAR ANIMASI

1. Solid Drawing, 2. Timing & Spacing, 3. Squash & Stretch, 4. Anticipation, 5. Slow In and Slow Out, 6. Arcs, 7. Secondary Action, 8. Follow Through and Overlapping Action, 9. Straight Ahead Action and Pose to Pose, 10. Staging, 11. Appeal, 12. Exaggeration.¹⁵

METODE PENCIPTAAN KARYA

Dalam suatu perancangan karya tentunya di perlukan konsep yang jelas. Hal tersebut dilakukan mempermudah pencipta dalam merancang karya agar tidak keluar dari konsep yang disetujui oleh klien. Konsep perancangan animasi 2D ini ada dua, yaitu konsep kreatif dan konsep teknis.

KONSEP KREATIF mengangkat hal apa saja yang berkaitan dengan marketplace pestadiskon, berkaitan dengan deskripsi, produk apa saja yang ditawarkan, dan bagaimana cara memulai berbelanja di marketplace pestadiskon hingga proses terjadinya suatu pembelian. Sehingga dapat mengenalkan apa itu marketplace pestadiskon. Dalam konsep ini maka dibuatlah ilustrasi dari nilai-nilai yang sudah diperoleh untuk menyampaikan pesan secara menarik dan tidak membosankan.

KONSEP TEKNIS merupakan konsep yang memaparkan mengenai bagaimana pencipta mengesekusi materi yang diberikan oleh klien seperti alur cerita/narasi,

pembuatan tokoh karakter, pembuatan ilustrasi desain

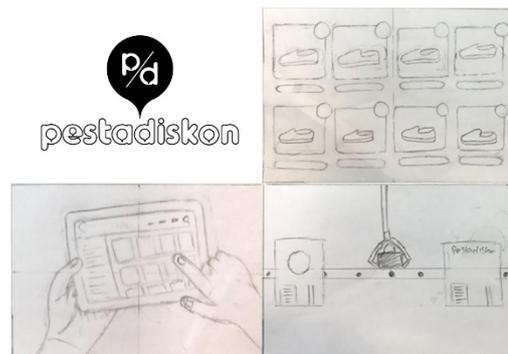


Gambar 1

Sketsa tokoh karakter

Lalu masuk dalam tahap perencanaan dan produksi karya, pada tahap ini dibagi 3 bagian, pra produksi, produksi, dan pasca produksi

Tahap pra produksi tahap ini merupakan tahapan pencipta membuat konsep, storyline, storyboard, ilustrasi karakter, dan layout,



Gambar 2

Sketsa Story Board

Tahap Produksi dimana mulai tahap *tracing* pada sketsa yang dibuat sesuai kebutuhan setiap *scene* menggunakan *Adobe Illustrator* yang akan menjadi asset.

¹³ Op.Cit. hlm. 4.

¹⁴ *Ibid*, hlm. 29.

¹⁵ Iwan Bintano, *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2010), hlm. 220.



Gambar 3

Hasil pembuatan visual asset
& ilustrasi gambar



Gambar 4

Hasil pembuatan tokoh karakter

Visual aset yang telah dibuat kemudian di impor ke *After Effect CS6*, yakni *software* yang pencipta gunakan untuk menganimasikan setiap *scene*-nya, kemudian dirangkain menjadi satu file.

Tahap pasca produksi hasil rendering pencipta menggunakan mp4 dengan resolusi 1080p agar di media apapun tidak pecah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Positioning Penciptaan Explainer Video ini pencipta diharuskan membuat suatu media promosi yang menarik agar para khalayak terutama target pasar dapat tertarik dan mengetahui marketplace pestadiskon, dan menjadi pelanggan dari website pestadiskon.

Explainer Video Pestadiskon ini memiliki penjelasan secara penuh mengenai seputar pernyataan mendasar mengenai Pestadiskon. Pencipta berharap agar marketplace pestadiskon dapat dikenal dan dapat melayak bersanding dengan kompetitornya.

Positioning pada perancangan Explainer Video ini, pencipta menentukan segmentasi target pasar:

1. Geografis

a. Berdomisili di Indonesia

2. Demografis

a. Pria dan Wanita

b. Usia 18 tahun – Dewasa

c. Berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan, freelance, ibu rumah tangga, Wirausahawan.

3. Psikografis

a. Gaya hidup Mengikuti zaman

b. Kepribadian: Suka potongan harga, Rasa ingin tahu yang tinggi, Mencintai kreativitas anak negeri

Kelebihan khusus dari Explainer Video ini berisikan profil, produk yang ditawarkan, penjelasan mengenai sistem kerja dari marketplace Pestadiskon dan dijadikan animasi yang menarik untuk para khalayak dan terutama target pasar, dengan ilustrasi yang dinamis dan warna yang mengikuti warna identitas perusahaan.

Prospek berdasarkan pembahasan analisa karya, maka terciptalah sebuah hubungan, yaitu penciptaan karya sebagai wujud implementasi teori komunikasi khususnya komunikasi visual melalui pembahasan Explainer Video pada pestadiskon sebagai media promosi agar pestadiskon dapat dikenal secara luas.

Adapun landasan pencipta karya berdasarkan hasil studi analisa SWOT

(Strength, Weakness, Opportunity, Threat), yakni sebagai berikut:

1. Strength (Kekuatan)

Kekuatan pada Explainer Video ini terletak pada pergerakan animasi yang dinamis, konsep animasi yang simple dan clean sehingga target audiens tertarik untuk menyimaknya, ditambah dengan alur script dan mengkomunikasikan marketplace Pestadiskon, pengisi suara pun berkarakter hal ini membuat Explainer Video ini dapat mempermudah dalam pemahaman dan menarik minat.

2. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan pada Explainer Video ini terletak pada jenisnya, yaitu media digital sehingga memerlukan media elektronik pendukung seperti smartphone, computer, ataupun gadget lainnya untuk dapat memutar video.

3. Opportunity (Kesempatan)

Kesempatan pada Explainer Video ini terletak pada jenisnya yang bersifat video, yaitu dapat di distribusikan secara luas dan tanpa batas melalui social media dan bisa diputar berulang-ulang pada gadget masing-masing

4. Threat (Ancaman)

Sudah mulai bermunculan Startup yang menggunakan Explainer Video sebagai media promosi mereka.

SIMPULAN

Rekomendasi dibuatnya penciptaan karya ini, diharapkan mampu menarik perhatian target pasar yang dituju untuk mempromosika pestadiskon untuk lebih dikenal khalayak. Rekomendasi untuk para calon pencipta karya semoga jauh bisa lebih matang dalam konsep dan lebih baik dalam penciptaan karya.

KESIMPULAN

Proses Perancangan Explainer Video Pestadiskon tujuannya adalah sebagai media promosi, bukanlah sesuatu yang mudah untuk membuat dan mengerjakannya. Pencipta terlebih dahulu mencari referensi dan mempelajari Explainer Video yang sudah ada. Melihat bagaimana yang menarik dan tidak bosan untuk dilihat, bagaimana membuat script yang baik, lalu bagaimana teknik pergerakan animasi, dan bagaimana memilih dan menentukan karakter suara, hingga pada akhirnya menjadi Explainer Video yang dapat mempromosikan Pestadiskon.

Dampak Langsung Dampak langsung yang dirasakan Co – founder Pestadiskon melalui karya ini adalah website Pestadiskon ini menjadi lebih dikenal khalayak khususnya target audiens, jumlah visitor dan followersnya bertambah.

Dampak Tidak Langsung Dampak tidak langsung dari perancangan karya ini adalah sebagai informasi dan sumber referensi bagi Pembaca dan para calon pencipta karya selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2014. Ilmu Komunikasi Proses & Strategi. Tangerang: Indigo Media.
- Bintano, Iwan. 2010. Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya. Yogyakarta: Andi Offset.
- Damera, Anne. 2007. Color basic Panduan dasar warna untuk Desainer & Industri Grafika. Jakarta: Link & Match Graphic.
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komuniskai Visual. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lukaman, Nikko Purnama. 2015. Kamus Visual Tipografi, Tangerang. Selatan: DGI Press.

Ruslan, Arief. 2016. Animasi Perkembangan Dan Konsepnya. Bogor: Ghalia Indonesia.

Rustan, Suroto. 2009. Layout dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saladin, D., Oesman, Y.M. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur pemasaran. Bandung: Linda Karya

Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.