

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Pernikahan memiliki arti sangat penting dalam kehidupan manusia. Sementara, acara pernikahan merupakan rangkaian acara dan upacara. Masing-masing acara atau upacara tersebut memiliki makna yang sangat penting karena mengandung falsafah, harapan, niat yang tersirat dalam aktivitas pelaksanaannya (Aryati, 2010: 1). Acara pernikahan merupakan sebuah momen yang akan dikenang sepanjang hidup, maka diperlukan usaha yang matang dalam mempersiapkannya (Zakaria, Liza dkk, 2007: 29).

Beberapa hal yang harus dipersiapkan dalam acara pernikahan antara lain menentukan lokasi pernikahan, tema dan konsep pernikahan, biaya pernikahan, tata rias dan busana, souvenir pernikahan, undangan pernikahan, dan sebagainya. Salah satu bagian persiapan pernikahan yang baku adalah undangan pernikahan.

Undangan pernikahan adalah hal yang penting dalam suatu acara pernikahan. Meskipun terdengar dan terlihat sederhana, kartu undangan merupakan suatu media untuk menyebarkan kabar baik dan merupakan salah satu bentuk penghargaan dari calon pengantin dan keluarga kepada relasinya sebagai tamu (Zakaria, Liza dkk, 2007: 60). Pengadaan undangan pernikahan juga merupakan suatu bentuk budaya komunikasi di Indonesia yang ditujukan

untuk memberitakan serta mengajak relasi dan kerabat untuk menghadiri sebuah acara pernikahan.

Pada awalnya undangan pernikahan berupa kartu undangan yang dicetak, kemudian dikirimkan ke alamat tamu-tamu yang sudah diatur dalam daftar nama tamu undangan. Pemesanan kartu undangan biasanya dilakukan minimal 4 bulan sebelum diadakannya acara pernikahan, dengan asumsi 1 bulan untuk memilih model dan konsep, 1 bulan untuk proses revisi dan ACC, 1 bulan proses waktu pengerjaan, dan 1 bulan terakhir untuk proses distribusi. Tentunya proses pengerjaan yang lebih cepat akan lebih baik. Sesuai dengan asumsi pengerjaan undangan yang telah dijabarkan, proses distribusi atau pengiriman undangan yang begitu banyak jumlahnya ke masing-masing alamat tamu undangan membutuhkan waktu lebih dari 1 bulan.

Proses penyelesaian distribusi kartu undangan yang relatif lama untuk akhirnya sampai ke semua tamu undangan ini dirasa kurang efisien. Oleh karena itu, jasa-jasa pembuatan undangan pernikahan mulai memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi dengan menyediakan jasa pembuatan undangan secara digital, yaitu berupa desain layout yang berisikan materi undangan, yang kemudian disebar atau dikirimkan melalui media sosial atau aplikasi *chat* dalam format foto, atau penjual jasa *online* biasa menyebutnya *Static Invitation*. Penyebaran *static invitation* kemudian menjadi *trend* dan mulai digunakan oleh calon pasangan pengantin pada saat ini karena lebih praktis dan efisien dalam hal waktu pengiriman undangan pernikahan

kepada tamu undangan, selain itu dapat pula memangkas biaya cetak kartu undangan yang jika dibandingkan akan lebih mahal.

Perkembangan bentuk karya undangan pernikahan digital dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap kemajuan era digital, terutama pada masa modern ini segala hal secara praktis bisa diakses melalui ponsel atau *smartphone* atau android. Kreativitas para desainer grafis dalam pembuatan undangan pernikahan digital tidak berhenti dan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi pendukung untuk merancang karya visual. Undangan pernikahan digital sekarang tidak hanya berbentuk *static invitaion*, namun mulai merambah menjadi bentuk video, bahkan dalam bentuk animasi *motion graphic*, atau masyarakat luas lebih mengenalnya dengan sebutan animasi undangan pernikahan.

Perdebatan antara undangan konvensional (cetak) dan undangan pernikahan digital berkaitan dengan etika kesopanan terhadap tamu undangan sering terjadi, meskipun demikian pada kenyataannya minat calon pasangan pengantin terhadap undangan pernikahan digital ini semakin meningkat. Seiring berjalannya waktu, banyak calon pasangan pengantin lebih berminat untuk memesan undangan pernikahan dalam bentuk video *motion graphic* karena dirasa lebih modern, unik, menarik, lebih hemat dan variatif.

Animasi adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan (Ibiz Fernandes). *Motion graphic* merupakan salah satu jenis animasi yang menggerakkan objek, teks maupun elemen desain lainnya dengan *visual effects*

yang berjalan tanpa mengutamakan alur cerita. Perkembangan teknologi komputer pada saat ini mendukung segala aspek pekerjaan beserta peluang usaha di berbagai bidang, termasuk dalam bidang karya visual. Hal tersebut didukung pula dengan berkembangnya berbagai macam *software* yang diciptakan untuk memudahkan seorang animator dalam mengerjakan sebuah karya animasi maupun *motion graphic*.

Teknologi yang berkembang sedemikian pesat, berpengaruh pada karya *motion graphic* yang dihasilkan. Karya *motion graphic* pun berkembang menjadi suatu media yang dipergunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang bersifat umum hingga kebutuhan yang bersifat personal. Video *motion graphic* undangan pernikahan merupakan salah satu karya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan calon pasangan pengantin sebagai media personal untuk mempromosikan acara pernikahannya kepada tamu undangan.

Dampak dari tingginya permintaan terhadap undangan pernikahan digital, terutama dalam bentuk video *motion graphic*, maka semakin banyak jasa yang menawarkan pembuatan animasi *motion graphic* undangan pernikahan. Beberapa penyedia jasa menggunakan aplikasi khusus untuk mendesain undangan melalui *smartphone/android*, dengan *template* desain undangan yang tersedia di aplikasi *smarthphone/android* agar dapat dijual dengan harga yang relatif murah. Ada pula beberapa penyedia jasa yang memanfaatkan efek animasi dari *software* Adobe Power Point. Penyedia jasa pembuatan *motion graphic* profesional menggunakan *software-software* animasi grafis seperti Adobe After Effect, Adobe Premiere, dan sebagainya,

kemudian diaplikasikan dengan teknik-teknik yang lebih detail. Pada dasarnya, aplikasi ataupun *software* beserta teknik-teknik apapun yang digunakan, jika dalam penciptaan karya tetap mengutamakan nilai-nilai seni yang terkandung didalamnya, maka akan menghasilkan karya yang indah dan bernilai.

Permasalahan yang ada saat ini adalah banyak penyedia jasa merancang *motion graphic* undangan pernikahan dalam kualitas yang kurang dapat diikuti dengan mudah oleh tamu penerima undangan. Permasalahan mengenai teks yang sulit dibaca seringkali menjadi keluhan para tamu penerima undangan pernikahan digital.

Perbuatan undangan pernikahan digital akan menjadi lebih baik apabila dalam konsep perancangannya lebih mempertimbangkan apakah desain dan efek-efek animasi tersebut dapat diikuti dengan baik oleh tamu penerima undangan, terutama perihal teks yang sulit dibaca. Pertimbangan lebih dalam lagi dikaji pada efek-efek animasi yang terkadang kurang *sinkron* dengan desain visual teks, perpindahan *slide* yang terlalu cepat, sampai kurangnya perhatian terhadap keindahan dan emosi yang seharusnya ditampilkan didalamnya.

Kualitas yang kurang memuaskan tersebut membuat beberapa calon pasangan pengantin menjadi ragu-ragu untuk memesan undangan pernikahan dalam bentuk video animasi *motion graphic* sekalipun dapat menghemat *budget*. Umumnya calon pasangan pengantin menginginkan kualitas yang baik dengan harga yang sepadan, namun tetap memperhatikan tampilan visual, sehingga layak untuk dipublikasikan kepada tamu undangan.

Undangan pernikahan berisikan teks-teks yang menginformasikan nama calon pasangan pengantin, tempat dan tanggal acara, lokasi acara dan informasi tambahan lainnya. Semua informasi tersebut disampaikan dalam bentuk teks. Penempatan teks agar lebih mudah dibaca tentunya harus memperhatikan estetika penggunaan tipografi yang benar. Kemudian dalam penerapannya didukung pula dengan desain layout, warna, tipografi, animasi dan elemen desain lainnya yang sesuai. Oleh sebab itu, teknik animasi *kinetic typography* merupakan teknik yang tepat untuk diterapkan dalam perancangan karya *motion graphic* undangan pernikahan yang lebih mengutamakan esensi dari penggunaan tipografi digital.

*Kinetic typography* adalah kombinasi dari tipografi dan gerak (*motion*) atau biasa juga disebut sebagai *typographic animation*. *Kinetic typography* merupakan suatu karya multidisiplin karena dapat mengintegrasikan teknologi, tipografi, gerak, desain grafis, musik, dan narasi teks (Luthfiasari, Haswanto dkk, 2019: 85). Teknik animasi ini awalnya menjadi *trend* pada iklan-iklan komersial di televisi, lalu penerapannya meluas hingga ke berbagai bidang audio visual. Sekalipun hanya merupakan teknik permainan huruf-huruf, tapi bila dirancang dengan baik mampu mengekspresikan sebuah pesan, sehingga dapat mempengaruhi reaksi seseorang yang menyaksikannya.

Pengolahan tipografi penting untuk menampilkan makna suatu pesan. Setiap huruf (*font*) memiliki sisi estetik dan ekspresi tersendiri. Setiap huruf mengandung seni dan keindahan. Dilihat dari bentuk, lengkungan, serta ketebalan setiap huruf mempunyai jiwa dan ekspresi visual yang berbeda-beda.

Tidak hanya simbol-simbol ataupun gambar yang dapat berekspresi, pengolahan visual tipografi yang benar juga mampu membuat sebuah pesan tersampaikan secara ekspresif.

Serangkaian *software* pendukung yang digunakan dalam perancangan karya, yaitu Corel Draw dan Adobe Illustrator untuk proses digitalisasi sketsa gambar, Adobe After Effect untuk memainkan gambar sesuai dengan *storyboard*, Adobe Premiere untuk menggabungkan video-video dalam beberapa *project* menjadi satu kesatuan, kemudian dilanjutkan proses *finishing* dengan pemberian efek-efek yang sesuai, warna, audio (musik), sampai dengan tahap penyempurnaan.

Perancangan tugas akhir *Motion Graphic* Undangan Pernikahan dengan Teknik *Kinetic typography* ini bertujuan untuk mengangkat nilai estetika dan nilai estetika dari tipografi dalam undangan pernikahan digital. Berawal dari proses perancangan, pemilihan huruf (*font*) yang sesuai, hingga penerapan tipografi dalam perancangannya. Huruf yang digunakan pada sebagian *text* yang tercantum pada *motion graphic* undangan pernikahan akan menggunakan tipografi yang dibuat dengan tulisan tangan atau *hand-lettering* yang merupakan karya dari penulis sendiri. Selanjutnya, dijabarkan pula proses mengenai bagaimana pengaplikasian tipografi di dalam desain animasi bersama elemen-elemen desain lainnya.

Karya perancangan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi para perancang undangan pernikahan digital, terutama dalam bentuk *motion graphic*, agar lebih dapat memahami keinginan konsumen, serta

mengutamakan keindahan dalam berkarya. Sehingga nantinya karya yang dihasilkan memiliki daya tarik dan dapat meningkatkan nilai jual.

Hal-hal yang telah disebutkan dalam tujuan perancangan bermanfaat untuk mengetahui proses dalam menciptakan seni tipografi yang memiliki emosi, rasa dan keindahan, yang kemudian nantinya dapat mempengaruhi perasaan seseorang ketika menyaksikannya. Keindahan tipografi tidak hanya sebatas mengenai tulisan yang mudah dibaca dan dipahami. Jika membahas perihal undangan pernikahan, seni huruf harus mampu mewakili ekspresi dari rasa syukur dan bahagia calon pasangan pengantin yang hendak menyampaikan kabar gembira kepada tamu undangan.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam perancangan karya Tugas Akhir ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses perancangan video *motion graphic* undangan pernikahan?
2. Bagaimana cara menerapkan tipografi yang menarik, informatif dan komunikatif dalam perancangan video *motion graphic* undangan pernikahan dengan teknik *kinetic typography*?

### C. TUJUAN PERANCANGAN

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari perancangan karya Tugas Akhir ini adalah :

1. Merancang video *motion graphic* undangan pernikahan.
2. Merancang tipografi yang menarik, informatif dan komunikatif dalam perancangan video *motion graphic* undangan pernikahan dengan teknik *kinetic typography*.

### D. MANFAAT PERANCANGAN

Adapun manfaat yang dapat diambil dari perancangan karya *motion graphic* undangan pernikahan, sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Penulis
  - a. Menerapkan ilmu dan pengetahuan yang sudah dipelajari.
  - b. Sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan program Reguler Strata 1 (S1) di Universitas Sahid Surakarta.
2. Manfaat bagi Pembaca
  - a. Mengetahui dan mempelajari mengenai perancangan sebuah karya video *motion graphic* undangan pernikahan.
  - b. Mengetahui dan mempelajari teknik *kinetic typography* yang menarik, informatif dan komunikatif agar mudah dipahami dan mudah dibaca.

3. Manfaat bagi Perancang Undangan Pernikahan Digital
  - a. Sebagai bahan evaluasi perancangan produk karya undangan pernikahan digital agar sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Manfaat bagi Universitas Sahid Surakarta
  - a. Sebagai dokumentasi perpustakaan.
  - b. Sebagai acuan dan bahan referensi bagi keperluan akademik.

## E. TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan penelitian ilmiah dilakukan berdasarkan kajian kepustakaan yang telah dilakukan dari beberapa universitas dan perpustakaan, ditemukan beberapa karya Skripsi atau Tugas Akhir yang membahas mengenai video *motion graphic*, tipografi dan karya dengan tema pernikahan dan beberapa buku yang digunakan sebagai diferensiasi karya dan acuan dalam perancangan karya, antara lain:

Bahan Ajar *Animasi 2 Dimensi* ditulis oleh Evelyne Henny L., S.Sn, M.Sn dan Arif Yulianto, S.Sn, M.Sn pada tahun 2017 (Sumber: [digilib.usahidsolo.ac.id](http://digilib.usahidsolo.ac.id)). Bahan ajar tersebut berisi pengetahuan mengenai bagaimana merancang dan membuat animasi 2 dimensi sesuai dengan prinsip-prinsip animasi. Kompetensi dasarnya mencakup identifikasi berbagai teknik animasi beserta prinsip-prinsipnya, perancangan naskah dan *storyboard*, evaluasi peranan karakter dalam sebuah karya seni, perancangan produk animasi 2 dimensi berikut dengan pemberian efek audio. Bahan ajar tersebut bermanfaat sebagai acuan untuk merancang tugas akhir *Perancangan Motion*

*Graphic Undangan Pernikahan dengan Teknik Kinetic Typography* agar sesuai dengan standart prinsip-prinsip animasi yang telah ditetapkan, beberapa prinsip berlaku dalam *motion graphic*. Memahami teknik ilustrasi, teknik dan prinsip storyboard, mendalami pembuatan animasi 2 dimensi. Melalui bahan ajar tersebut, produk karya *motion graphic* dapat terkonsep serta menjadi produk yang layak untuk ditampilkan dan dipublikasikan.

Buku *Font dan Tipografi* ditulis oleh Suriyanto Rustan, diterbitkan oleh PT Gramedia Pustaka Utama pada tahun 2010 (Sumber: Perpustakaan Pusat, Universitas Sebelas Maret, Surakarta). Buku tersebut berisi informasi dan pengetahuan secara menyeluruh mengenai tipografi, mulai dari sejarah perkembangan *font* dan tipografi, istilah-istilah dalam bidang tipografi, anatomi huruf, sampai pada estetika penerapan tipografi di dalam desain dan keindahan. Buku tersebut menjadi acuan utama proses penerapan tipografi dalam *Perancangan Motion graphic Undangan Pernikahan dengan Teknik Kinetic typography*, dari proses memilih, memilah, penggunaan *font* sehingga hasil karya yang dihasilkan dapat menghadirkan sebuah pesan yang tepat sesuai dengan nilai-nilai estetika tipografi yang baik dan benar.

Buku *Layout, Dasar & Penerapannya edisi 2009* ditulis oleh Suriyanto Rustan, cetakan kedua yang disempurnakan diterbitkan oleh PT Gramedia Pustaka Utama pada tahun 2010 (Sumber: Perpustakaan Pusat, Universitas Sebelas Maret, Surakarta). Buku tersebut membahas segi praktikal layout dalam dunia desain grafis dua dimensi. Dimensi tersebut dipandang dari segi pesan/komunikasi yang terkandung dalam suatu karya desain, walaupun

pembahasannya tidak mendapatkan porsi yang besar. Layout sangat erat kaitannya dengan tipografi. Layout dalam tipografi diterangkan secara garis besar dalam buku ini mengenai peranan tipografi dalam hubungannya dengan elemen-elemen teks. Buku tersebut merupakan buku pedoman praktikal layout tipografis yang terencana dan teratur. Buku pedoman ini berguna untuk mengoptimalkan pencapaian tipografi secara estetikal dan teknikal terhadap perancangan karya tugas akhir.

Jurnal Komunikasi Visual Wimba Volume 10 / No.2 / 2019 dengan judul *Potensi Kinetic Typography Sebagai Media Informasi* karya Annisa Luthfiasari, Naomi Haswanto dan Intan Rizky Mutiaz, dari Institut Teknologi Bandung. Jurnal tersebut menjelaskan mengenai munculnya suatu karya tipografi dalam bentuk *kinetic typography* sebagai alat komunikasi yang sedang berkembang seiring munculnya berbagai media komunikasi baru dan kebutuhan masyarakat akan media digital yang terus meningkat. Dalam jurnal ini dijabarkan pula mengenai teori-teori *kinetic typography* antara lain, definisi, karakteristik, unsur-unsur yang mendasari, hingga nilai semantik dalam *kinetic typography*. Jurnal mengenai teknik tipografi menjadi acuan perancangan tugas akhir ini dalam keterlibatannya mengenai penerapan teknik *motion graphic kinetic typography*. Pengetahuan dasar ini penting untuk diketahui. Informasi lengkap yang tertulis dalam jurnal bermanfaat untuk menjadi panduan dasar dan penerapan prinsip-prinsip *kinetic typography* pada karya (Anisa, Naomi dkk,2019: <http://journals.itb.ac.id/index.php/wimba/article/view/11516/4535>).

Karya Tugas Akhir *Perancangan Desain Web dan Instagram Bisnis Online Undangan Pernikahan "Anytime Wedding Invitation"* ditulis oleh Elsa Erlistia, mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tahun 2017. Karya tugas akhir tersebut membahas mengenai peluang bisnis online kartu undangan pernikahan dengan melakukan terobosan melalui citra eksklusif yang dibangun dengan menawarkan desain bergaya *vintage* berbasis vektor. Ide kreatif itu dicetuskan oleh "Anytime Wedding Invitation" yang merupakan salah satu pengusaha bisnis online di Yogyakarta. Perancangan visualisasi desain *web* dan Instagram untuk meningkatkan jumlah pemesan undangan pernikahan menjadi tujuan perancangan karya tugas akhir tersebut. Sedangkan karya tugas akhir *Perancangan Motion Graphic Undangan Pernikahan dengan Teknik Kinetic Typography* bertujuan untuk menciptakan undangan pernikahan dalam bentuk video *motion graphic* yang cara penyebarannya undangnya melalui media sosial maupun aplikasi *chat*.

## **F. LANDASAN TEORI**

### **1. Perancangan**

Perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi serta detail mengenai komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya (Soetam, 2011: 140).

Desain adalah proses perancangan dengan keterampilan dan kreativitas melalui perasaan sehingga menghasilkan suatu karya. Pembuatan desain ini mengembangkan imajinasi kreatif yang akan memunculkan persepsi. Hasil karya desain harus disertai perasaan (senang, sedih, ceria, dan sebagainya) di dalam jiwa seorang desainer. Desain dapat dikatakan juga karya yang mewakili perasaan seseorang sebagai simbol atau tanda. Menurut Kusrianto (2007), desain adalah berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas (Fitriah, 2018: 22).

Dalam dunia Desain Komunikasi Visual, perancangan sebuah karya disebut dengan ‘mendesain’. Mendesain adalah merancang atau menciptakan sesuatu secara sadar dan bertujuan, untuk apa, agar apa, kepada siapa. Secara sederhana, desain berarti memecahkan masalah untuk suatu tujuan tertentu. Menurut Bob Gill, tidak ada desain grafis yang buruk atau baik. Suatu desain dianggap baik jika desain mencapai tujuan perancangan, dan sebaliknya desain kita nilai buruk bila gagal mencapai tujuan tersebut. Desain merupakan solusi atas suatu problema. Ini berarti suatu desain dinilai baik atau buruk hanya jika kita tahu apa yang harus diatur / ditata oleh desain atau apa yang menjadi tujuan akhir perancangan desain (Arthur 2007 : 68).

Sachari (2005) menyatakan bahwa desain komunikasi visual ditinjau dari asal kata (etimologi) istilah ini terdiri dari tiga kata yaitu desain diambil dari kata “designo” (Itali) yang artinya gambar. Sedangkan dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin yaitu *designare* yang artinya merencanakan atau merancang. Kemudian kata komunikasi berarti

menyampaikan suatu pesan dari komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui suatu media dengan maksud tertentu. Sementara kata visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita yaitu mata. Visual berasal dari kata Latin *videre* yang artinya melihat. Kemudian arti dalam bahasa Inggris yaitu visual (Firtiah, 2018: 25).

Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan).

Saat ini Desain Komunikasi Visual hanya terbatas sebagai ilmu yang mempelajari segala upaya untuk menciptakan suatu rancangan alias desain yang bersifat kasat mata (visual) untuk mengkomunikasikan maksud, maka itu sebetulnya hanya terbatas pada sepotong saja dari sebuah tujuan tatanan estetika yang lebih luas (Kusrianto, 2007 : 12).

Teori ini diterapkan pada perancangan *motion graphic* undangan pernikahan dengan teknik *kinetic typography*. Maka penyampaian pesan teks yang jelas dan mudah dibaca akan menjadi dasar perancangan karya *motion graphic* undangan pernikahan untuk memberikan solusi atas permasalahan. Selanjutnya tujuan akhir perancangan desain untuk mampu mengkomunikasikan pesan kepada tamu undangan dengan cara yang baik diharapkan dapat diimplementasikan.

## 2. *Motion Graphic*

### a. Pengertian dan Sejarah Animasi

Kata animasi berasal dari bahasa Latin, *anima* yang berarti “hidup” atau *animare* yang berarti “ meniupkan hidup ke dalam”. Istilah tersebut dialihbahasakan ke dalam bahasa Inggris menjadi *animate* yang berarti memberi hidup (*to give life to*), atau *animation* yang berarti ilusi dari gerakan, atau hidup. Istilah *animation* dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia menjadi animasi (Ranang, Basnendar & Asmoro, 2010: 9).

Berdasarkan arti harafiah, animasi adalah menghidupkan, yaitu usaha untuk menggerakkan sesuatu yang tidak bisa bergerak sendiri. Orang yang menciptakan karya animasi disebut dengan “animator”. Secara umum, animasi merupakan salah satu kegiatan menjalankan atau menggerakkan benda mati, dengan memberikan dorongan, kekuatan, gambaran-gambaran, semangat seakan-akan hidup (Ruslan, 2016: 4).

Penganimasian sudah ada sejak zaman dahulu. Pada abad 18 di Amerika, animasi mulai diterapkan dengan sebuah kertas, dinamakan oleh J. Stuart Blackton sebagai *stop motion animation*. Teknik ini menggunakan serangkaian gambar diam, dijadikan satu, lalu dimainkan sehingga seolah-olah gambar tersebut bergerak. Dalam pengerjaannya, ia membutuhkan sekitar 24 gambar/frame untuk mengolah animasi selama satu detik, sehingga membutuhkan tenaga dan biaya yang cukup besar untuk membuat sebuah film animasi berdurasi panjang pada saat itu (Ruslan, 2016: 18).

## **b. *Motion Graphic***

*Motion graphics* berasal dari kata *motion* yang artinya gerak dan *graphic* yang artinya gambar. Gabungan kedua kata ini berarti gambar gerak (anImage, 2016: 95). Menurut Gallagher dan Paldy (2007), seperti namanya *motion graphic* adalah tentang kedinamisan, memberikan kehidupan pada gambar dan tulisan lalu merekam semua objek tersebut menjadi pesan yang ingin disampaikan kepada penontonnya. *Motion graphic* adalah teks, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, yang dikomunikasikan menggunakan pergerakan dan ritme (Pratama, 2016: 6-7).

*Motion graphic* adalah penggabungan dari *Fine Art*, fotografi, ilustrasi, *digital art*, *typography* dan gambar. Kombinasi ini dibuat dengan cara *compositing* dan dibuat bergerak. *Motion graphic* ada di Indonesia sejak awal tahun 90-an yang banyak digunakan TV Broadcast dan film. Setelah berkembangnya teknologi, *motion graphic* kini banyak digunakan pada website, CD interaktif, video *game*, TV *Commercial*, dan video klip.

Istilah *motion graphic* pertama kali digunakan oleh John Whitney yang pada tahun 1960, untuk perusahaan yang dinamakan *Motion Graphic Inc.* Sebelum adanya teknologi komputer, *motion graphic* memakan waktu dan biaya yang banyak. Setelah komputer dikenal secara luas dan adanya beberapa perangkat lunak seperti After Effect,

Combustion Discreet, dan Apple Motion, merancang *motion graphic* menjadi semakin mudah dilakukan (Lukitasari dan Yulianto, 2017).

Animasi belum bisa dikatakan sebagai *motion graphic* dan begitu juga sebaliknya, tapi yang paling membedakan antara animasi dan *motion graphic* adalah animasi lebih mengutamakan ide dan alur cerita, sedangkan dalam *motion graphic* tidak mengutamakan alur cerita, tetapi memiliki serangkaian alur atau *plot* untuk mengurutkan jalannya pergerakan. Jadi para pembuat animasi yang mengutamakan alur cerita justru cenderung jauh dari kategori *motion graphic* (Pratama, 2016: 5-6).

*Motion graphic* atau Mograph kini menjadi tuntutan seorang video editor untuk menguasainya. Merupakan seni visual animasi grafis yang menggabungkan unsur *visual effects* dan animasi. Dengan begitu seorang editor kini tak hanya sebagai editor video belaka, namun juga harus menguasai *motion design*, *encoding*, *color grading*, dan *motion graph*.

*Motion graphic* sendiri umumnya sangat efektif untuk hal-hal yang bersifat tutorial pada industri bisnis, judul program televisi, promosi, iklan, *jobs*, bahkan sebagai portofolio. Umumnya para editor video memanfaatkan perangkat lunak After Effect (AE) dan Adobe Photoshop untuk pekerjaan grafik dan Maxon Cinema 4D untuk 3D serta Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, atau Avid Media Composer untuk pekerjaan editingnya (Soenyoto, 2017: 110-111).

### c. Prinsip-Prinsip Dasar *Motion Graphic*

Thomas dan Ollie Johnson merupakan dua animator yang memberikan prinsip-prinsip animasi yang mereka adopsi dari karya animasi produksi Walt Disney. 12 prinsip animasi tersebut diciptakan pada tahun 1930 dan dikenalkan pertama kali pada tahun 1981 melalui buku mereka yang berjudul *The Illusion of Life : Disney Animation*.

Tony Whites dalam buku *Animation From Pencil to Pixel* (2006) menyatakan bahwa pada dasarnya dari tahun ke tahun animasi sudah mendefinisikan prinsipnya sendiri, walaupun prinsip yang dihasilkan tergolong dengan prinsip animasi 2D tradisional, semua definisi, terminologi dan prinsip dari pergerakan dapat diaplikasikan pada semua dasar animasi. Dalam *motion graphic*, tidak semua prinsip animasi digunakan. Berikut merupakan 5 prinsip-prinsip animasi yang biasanya dipergunakan dalam produksi *motion graphic* (Pratama, 2016: 9-13) :

#### 1) *Squash and Stretch*

Merupakan upaya pemberian efek pada suatu objek agar terlihat lentur (plastis) sehingga objek atau karakter sehingga seolah-olah ‘memuai’ atau ‘menyusut’ agar menciptakan gerakan lebih hidup.

Contoh : Sebuah bola yang semula bentuknya bulat sempurna, ketika dilempar kemudian memantul pada tanah dibuat menjadi sedikit lonjong horizontal. Pemberian efek pergerakan *squash and stretch* membuat objek bergerak lebih dinamis dan ‘hidup’.

## 2) *Anticipation*

Prinsip animasi yang berfungsi memberikan petunjuk kepada penonton bahwa objek akan melakukan aksi atau sebagai persiapan awalan gerak (ancang-ancang). Apabila sebuah objek hendak bergerak ke depan maka objek tersebut harus bergerak sedikit ke belakang. atau sebelum objek bergerak ke arah kanan maka objek harus diantisipasi dengan bergerak sedikit ke arah kiri terlebih dahulu. Antisipasi selalu memberikan respon balasan dari aksi utama.

Contoh : Seseorang yang akan berlari ke depan, harus sedikit melangkah mundur terlebih dahulu sebelum benar-benar berlari.

## 3) *Follow Through and Overlapping Action*

*Follow through* adalah ketika bagian tubuh tertentu masih tetap bergerak walaupun karakter sudah berhenti bergerak.

Contoh : Rambut yang masih tetap bergerak beberapa saat setelah berhenti berjalan.

*Overlapping action* adalah gerakan yang mendahului gerakan primer (*overlap*) dimana objek dianggap sebagai gerakan saling-silang yang bersifat lebih lambat sambil mengikuti gerakan primer.

Contoh : Gerakan tubuh yang naik turun sesaat lebih lambat mengikuti gerakan sepeda yang juga berjalan naik turun.

#### 4) *Slow In and Slow Out*

Prinsip ini menegaskan bahwa setiap gerakan mempunyai percepatan dan perlambatan yang berbeda-beda. *Slow in* terjadi ketika objek semula bergerak secara lambat kemudian di satu titik gerakan dipercepat. Sebaliknya *slow out* terjadi ketika objek semula bergerak cepat menjadi diperlambat.

Contoh : Gerakan ketika tangan mengambil kemudian meletakkan barang. Tangan akan secara reflek melambat ketika meletakkan barang, dan bergerak lebih cepat ketika mengambil barang.

#### 5) *Timing and Spacing*

Seorang animator Disney, Grim Natwick mengatakan, “Animasi adalah tentang *timing* dan *spacing*”. *Timing* menentukan kapan gerakan harus dilakukan diantara 2 *pose* atau yang biasa disebut dengan istilah *in-between*, sementara *spacing* menentukan percepatan dan perlambatan dari beragam jenis gerak pada animasi.

Contoh *Timing* : Menentukan pada detik ke berapa sebuah gelas terjatuh dan pada detik selanjutnya kemudian pecah.

Contoh *Spacing* : Menentukan kepadatan gambar sebelum dan sesudah gelas terjatuh kemudian pecah, misalnya efek perlambatan sebelum gelas terjatuh, dan efek percepatan ketika gelas pecah, sehingga gerakan lebih realistis.

### 3. Tipografi (*Typography*)

#### a. Perkembangan Tipografi

Huruf atau biasa disebut tipografi, merupakan bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Adanya kebutuhan untuk memandang sesuatu yang lebih indah dari huruf, membuat insan kreatif selalu berusaha menampilkan seni “penataan huruf” semaksimal mungkin (Anggraini dan Nathalia, 2014: 50).

Bermula dari istilah Yunani, *typos* dan *graphe*. Arti harafiah dari tipografi adalah “bentuk tulisan”, kemudian dalam kata kerjanya disebut “pembentukan” atau “kreasi” huruf. Perkembangan tipografi berhubungan erat dengan sejarah DKV yang diawali dengan ditemukannya *Pictogram* di dinding-dinding gua pada zaman prasejarah. Kemudian setelah mulai terbentuk alfabet Yunani, tipografi mulai berkembang sejalan dengan dimulainya era Renaissance pada abad 14 dan 15 dengan ditemukannya *movable type* (cetakan huruf-huruf dari logam). Sejak itu banyak tokoh yang menciptakan jenis huruf sesuai dengan momentum sejarah dan pergerakan gaya desain yang sedang terjadi pada saat itu (Anggraini dan Nathalia, 2014: 51).

Secara tradisional istilah tipografi berkaitan erat dengan *setting* huruf dan percetakannya. Pengaruh perkembangan teknologi *digital* yang sangat pesat pada masa kini membuat maknanya makin meluas. Kini tipografi dimaknai sebagai : segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Pada prakteknya, saat ini tipografi telah jauh berkolaborasi dengan

bidang-bidang lain, seperti multimedia dan animasi, *web* dan *online media* lainnya, sinematografi, interior, arsitektur, desain produk dan lain-lain (Rustan, 2011: 16).

*Typographer* awalnya ditujukan untuk seseorang yang memiliki pengetahuan dan keahlian dalam bidang tipografi serta percetakan. *Typographer* sering disamakan dengan *compositor* atau *typesetter*, ahli men-*setting* huruf untuk dicetak. *Typographer* belum tentu seorang yang perancang huruf / *type designer*. Jaman sekarang seorang desainer grafis umumnya sekaligus berperan sebagai seorang *typographer*, teknologi *digital* telah menumbangkan batasan-batasan profesi yang dulu pernah berlaku. Maka kini mulai dari proses desain huruf, *setting* dan layout, sampai pencetakannya bisa dilakukan sekaligus oleh satu orang desainer dalam satu waktu. Pada jaman dahulu, untuk menjadi *typographer* sekelas Emil Ruder, seorang harus berguru bertahun-tahun pada seorang *master typographer*. Kini, siapapun dapat menyebut dirinya *typographer* dalam sekejap (Rustan, 2011: 17).

Secara definisi, yang dimaksud tipografi adalah seni dalam memilih, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf untuk keperluan pencetakan maupun produksi. Dikatakan pula tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari sekian banyak jumlah huruf yang berbeda lalu menggabungkan sejumlah kata dalam sebuah layout. Selanjutnya, tipografi dikatakan baik jika menarik, terbaca dan menciptakan gaya serta karakter (Maharsi, 2013: 3).

Ketika melihat banyak tulisan terpampang di jalan, koran, atau televisi, umumnya kita berpikir sederhana dengan menganggap itu sebagai “jenis huruf”, atau yang dikenal dengan istilah “font” sebagai suatu hal yang biasa. Padahal dibalik hal yang biasa tersebut, huruf-huruf tidak sekedar mengenai jenis huruf yang digunakan saja, tetapi didalamnya memuat nilai-nilai estetika yang dibentuk berdasarkan media komunikasi visual yang proses perancangannya melibatkan ”seni desain huruf” (lebih dari sekedar menata aksara).

Dalam hal ini, tipografi bekerja sebagai ilmu atau strategi yang melibatkan metode kerja penataan layout, bentuk, ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu yang mengutamakan estetika. Dari sini kemudian ruang kerja tipografi tidak hanya menjadi bagian dari proses kerja besar desain komunikasi visual. Selanjutnya, disebutlah tipografi dalam hal ini sebagai “*visual language*”, yang berarti bahasa yang dapat dilihat.

Dalam sebuah karya seni atau media komunikasi, tipografi seringkali kurang mendapat perhatian. Para desainer seringkali lebih fokus pada kreasi gambar, fotografi, atau ilustrasi. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah, terlebih kurangnya komunikatif. Dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan kuasa (hierarki) dan keseimbangan karya desain tersebut.

Seorang desainer harus dapat mengetahui bentuk huruf atau komposisi huruf yang baik dan benar, karena hal itu menentukan arah desain dan akan memberikan reaksi sesuai dengan tujuan (Anggraini dan Nathalia, 2014: 52-53).

**b. Teknik *Kinetic typography* (Teknik Tipografi Kinetic)**

Menurut Hostetler (2006), *kinetic typography* adalah kombinasi dari tipografi dan gerak (*motion*) atau biasa juga disebut sebagai *typographic animation*. Tidak seperti bentuk hasil cetak yang statis, *kinetic typography* menggunakan gerak untuk mengungkapkan gestur dengan cara yang sama efektifnya dengan citra visual. Secara umum, *kinetic typography* merupakan suatu karya multidisiplin karena dapat mengintegrasikan antara teknologi, tipografi, gerak, desain grafis, musik, dan narasi teks.

Dalam kehidupan sehari-hari, Turgut (2012) menyatakan bahwa tipografi kinetik biasanya ditemukan pada iklan, *animasis*, klip musik, dan *title sequence* dalam film. Dalam *kinetic typography*, huruf memiliki struktur yang dinamis yang dapat memasuki aspek yang berbeda dalam tampilannya, perubahan gaya dan warna sesuai dengan arti katanya atau musik/ ritme suara. Sehingga dapat dikatakan bahwa tipografi memiliki kepentingan yang besar sebagai alat komunikasi yang dinamis dengan struktur yang tidak terbatas.

Dikutip dari Van Leuuweun (2015), *kinetic typography* diawali dari eksperimen yang dilakukan oleh pembuat film yaitu Len Lye dan Norman McLaren. Setelah itu diikuti oleh Saul Bass dan Pablo Ferro yang menggambar bentuk huruf dengan melakukan metafora huruf yang inovatif. Salah satunya dengan mengolah huruf serif menjadi sepatu sehingga huruf pun seolah-olah jadi bisa ‘berjalan’. Saat ini *kinetic typography* tidak hanya terbatas pada kalangan desainer, karena melalui komputer semua orang kini bisa mengaksesnya. Sehingga memungkinkan *kinetic typography* menjadi suatu bentuk baru dari cara menulis kita sehari-hari (Luthfiasari, Haswanto dkk, 2019: 86).

Sementara ini tipografi kinetik dapat diberi label sebagai *trend* yang sedang berkembang untuk desain *vide* dan *web*, penggunaan tipografi kinetik telah menjadi biasa dalam judul pengantar film dan iklan televisi. Baru-baru ini, telah menjadi fitur utama dari berbagai identitas televisi di Asia ataupun di Eropa, terutama identitas pertama Martin Lambie Nairn untuk jaringan televisi di Inggris. Huruf dan gambar bisa berpindah dari satu sama lain dalam ruang 2D, atau dalam ruang 3D. Melalui tata letak yang dinamis, elemen teks dan gambar bergerak dalam hubungan dengan satu sama lain (Jubaedi dan Irawan, 2015: 13).

### c. Karakteristik *Kinetic typography*

Menurut Brownie (2007), dari segi visual dan makna yang dibangunnya, *kinetic typography* memiliki dua karakteristik (Luthfiasari, Haswanto dkk, 2019: 86-87), yaitu :

1) *One Form with Many Letters / Many Letters with One Form*

Bentuk huruf dalam *kinetic typography* bisa berubah-ubah sehingga memungkinkan terjadinya perubahan identitas. Tidak konsistennya bentuk asli huruf dan jumlah identitas yang bisa ditampilkannya menjadi karakter tersendiri bagi *kinetic typography*.

2) Memiliki makna ganda

Tidak hanya identitas, perubahan bentuk dari *kinetic typography* juga memberikan perubahan makna.

**d. Unsur *Kinetic typography***

Menurut Hoestetler (2006), terdapat empat unsur yang saling bersinergi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif dalam sebuah karya *kinetic typography* (Luthfiasari, Haswanto dkk, 2019: 87-90), yaitu:

1) Teks sebagai Ekspresi Ide

a) Tampilan visual huruf

Pengolahan tipografi menjadi bagian yang sangat penting untuk mengkomunikasikan dan mengekspresikan pesan yang dimaksud. Tiap huruf (*typeface*) memiliki sisi estetik dan ekspresi yang berbeda, yang ditunjukkan oleh atribut visual dari hurufnya. Identitasnya pun berbeda, seperti proporsi, garis, lebar, kemiringan dan lain-lain yang menunjukkan penggunaan dan tujuan yang berbeda. Pemilihan huruf yang sesuai akan

menghasilkan harmoni dan meningkatkan ekspresi dari pesan dalam karya akhir *kinetic typography*.

b) Tipografi sebagai bentuk

Dalam hal ini, tipografi memiliki dua peran:

(1) Untuk merepresentasi sebuah konsep.

(2) Sebagai representasi bentuk visual. Kesenambungan antara makna dan bentuk menghasilkan harmoni yang seimbang dalam konteks fungsi dan ekspresi.

Menampilkan huruf sebagai bentuk akan menonjolkan karakter huruf yang unik dan bermakna abstrak. Ketika huruf dilihat sebagai bentuk, tidak lagi dibaca sebagai huruf karena telah dimanipulasi dengan distorsi, tekstur, pembesaran, dan perpindahannya dalam bidang.

c) Makna Ekspresif

Memahami tujuan dari jenis huruf yang akan dipakai merupakan hal penting, karena setiap huruf memiliki ekspresi tersendiri yang bisa menafsirkan makna atau mengatur alur sebuah cerita. Terlepas dari fungsinya sebagai teks, huruf dapat memiliki makna secara individual maupun mendukung huruf di sekitarnya. Ketepatan dalam penggunaan huruf, struktur narasi, dan gerak menjadi faktor penting yang mendukung makna dalam membangun karya *kinetic typography*.

## 2) Bidang

### a) Struktur

Sebagai *screen based project*, bidang dari *kinetic typography* menjadi tidak terbatas. Output yang dihasilkan pun beragam, bisa dalam bentuk objek 2D maupun 3D. Komponen yang biasanya mencakup objek 2D biasanya terdiri dari titik, garis, bidang, dan volume. Sedangkan dalam membangun objek 3D, perlu diperhatikan *physical depth* dari objek yang dibuat. Dalam *time based typography*, objek 2D dapat menampilkan bentuk 3D dengan meniru efeknya. Objek pun bergerak dari satu posisi ke yang lainnya, menyiratkan ilusi spasial dan *tactile vision*. Hal itu merepresentasikan kedalaman dalam bidang visual.

### b) *Frame*

Dalam *kinetic typography*, *frame* merujuk pada layar, yaitu komposisi aktif dari bidang atau background yang menampilkan objek bergerak. Objek yang bergerak terdiri dari sequence yang diproduksi secara individual dan ditempatkan dalam sebuah *frame*. Dalam *frame*, *workspace* yang sebenarnya untuk sebuah objek merujuk pada bidang (*ground*) atau *stage* yang secara komposisi adalah zona aktif.

### 3) Waktu

#### a) *Motion*

Merepresentasikan gerakan dinamis dalam *kinetic typography* memberikan pengalaman spesial bagi penonton. Melalui gerak, objek muncul atau menghilang dalam layar yang merepresentasikan ritme dari waktu secara kronologis. Gerak menimbulkan energi emosional yang memicu penonton untuk merespons dengan visual interconnection melalui reaksi psikologis dari gerakannya. Untuk memahami gerak dalam *kinetic typography*, diperlukan pula pemahaman mengenai *sequence of frames*. Ada dua jenis frame yaitu *key frames* dan *in between frames*. *Key frames* berada di depan dan akhir sebagai penanda pergerakan objek. *In between frames* berada di antara dua *key frames* untuk mendukung pergerakan utama. Jumlah *in between frames* yang lebih banyak membuat objek bergerak lebih cepat, sedangkan jumlah *in between frames* yang lebih sedikit membuat gerak objek menjadi lebih lambat. Cepat dan lambatnya gerak dapat memicu perasaan emosional yang berbeda. Pengaturan jumlah *frame in between* akan mempengaruhi narasi dan membangun atmosfer.

#### b) *Sequence*

Dalam time-based media, rangkaian (*sequence*) terdiri dari seri yang berhubungan dari objek dan *scene* yang diatur dalam

struktur linear dan meliputi unit naratif berdasarkan waktu sehingga membentuk timeline yang logis dari awal hingga akhir.

#### 4) Sistem Pendukung

##### a) *Visual Punctuation*

Untuk meningkatkan aspek visual dan fungsi dari sebuah struktur *kinetic typography*, aksen visual biasanya digunakan untuk mengolah objek. Komponen yang bisa digunakan di antaranya garis, simbol, dan bentuk. Perpaduan aksen visual bisa digunakan untuk menjelaskan makna yang beragam dan mengungkap tingkatan perasaan dalam komposisi.

##### b) Warna

Warna dapat memacu respons individual yang spesifik namun berbeda-beda dari segi budaya. Saat kita melihat warna, energi sensoris kita akan terstimulasi. Selain itu, warna juga dapat memicu perasaan seperti senang, sedih, bahagia, marah, takut, dan lain-lain.

##### c) Musik

Musik juga memberi efek pada emosi manusia dan psikologis. Musik berinteraksi dengan film, animasi, multimedia dan media digital untuk memproduksi gaya visual yang distingtif. Dalam *kinetic typography*, musik menyatu dengan komposisi bentuk, warna, dan gerak untuk berkontribusi memberikan dampak

emosional, membawa harmoni dan meningkatkan unsur dinamis ke dalam sebuah pesan.

#### **4. Media Promosi**

Media sebagai sarana penyampai pesan/informasi kepada khalayak. Maka hendaknya selektif dalam pemilihan media. Bisnis usaha produk (barang/jasa) dapat menggunakan media visual dalam berkomunikasi dengan konsumen. Hal serupa pun diungkapkan oleh Sutrisna (2002) media sebagai penyampai pesan punya peran penting dalam proses komunikasi. Tanpa media, pesan tidak akan sampai kepada audiens yang akan dituju.

Media yang memanfaatkan visualisasi dalam promosi produk (barang/jasa) dinamakan media visual. Dapat diartikan bahwa media visual adalah sarana komunikasi dengan menggunakan panca indera penglihatan dengan komposisi warna, gambar, dan grafik. Dengan demikian, informasi yang disampaikan dikemas dengan kreatif untuk menarik perhatian mata (penglihatan) (Fitriah, 2018: 62-63).

Media terdiri dari 2 golongan besar, yakni media konvensional dan media inkonvensional. Media Inkonvensional adalah saluran yang tidak lazim digunakan sebagai media. Media konvensional merupakan media yang telah disepakati masyarakat sebagai media. Misalnya koran, televisi, website, poster, kartu ucapan, supergraphics, billboard, stiker. Konvensional bukan berarti kuno, tapi orang tidak asing dengan media tsb, masyarakat tidak asing dengan poster yang ditempel di pohon, mereka tahu ini media

informasi. Media konvensional dapat dibagi lagi atas media personal dan impersonal (Arthur, 2009: 56-57) :

a. Media Personal

Media personal adalah media yang kita kenal sebagai komunikasi tatap muka, seperti wawancara, sales promotion, presentasi, pembicaraan telpon. Media grafis desain disini dapat berbentuk alat peraga visual, brosur, katalog, slide program, yang berfungsi sebagai pendukung komunikasi pribadi.

b. Media Impersonal

Media jenis ini menyampaikan pesan tanpa melakukan kontak atau interaksi pribadi. Tetapi melakukannya melalui media komunikasi, media atmosfer, dan media event. Media komunikasi terdiri atas:

- 1) Media cetak (majalah, koran, direct email, media broadcast (radio, televisi)
- 2) Media elektronik / digital (pita audio, pita video, videodisk, CD-ROM)
- 3) Media display (papan reklame, reklame, poster).

*Motion graphic* undangan pernikahan termasuk dalam media personal, karena dalam penyampaian pesannya menggunakan alat pendukung komunikasi pribadi, yaitu *smartphone* atau android yang dibagikan secara *online* melalui aplikasi *chat* atau media sosial.

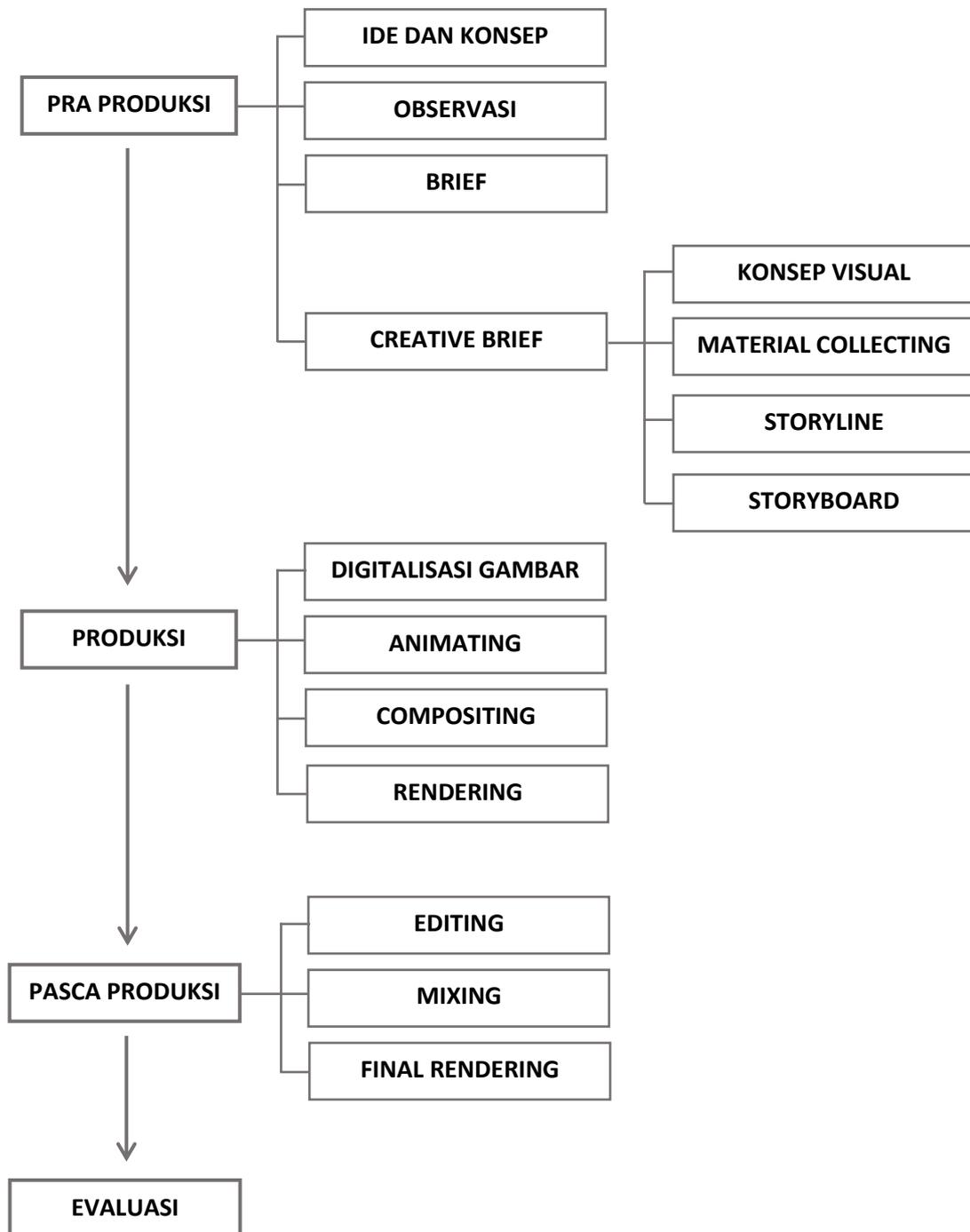
Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat (Fitriah, 2018: 27-28). Undangan pernikahan dalam kaitannya dengan media promosi, merupakan media personal yang berfungsi sebagai sarana mempromosikan acara pernikahan calon pasangan pengantin kepada para tamu undangan. Karya *motion graphic* undangan pernikahan harus mendapatkan atensi secara visual oleh tamu penerima undangan dan membuat pesan mengenai acara pernikahan mudah diingat. Dengan demikian, karya dapat mencapai tujuan promosi acara.

## **G. METODE PERANCANGAN**

Metode perancangan merupakan penjabaran dari serangkaian proses diciptakannya sebuah karya secara keseluruhan, mulai dari Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Penelitian terhadap objek yang dirancang diperlukan untuk mendapatkan data yang konkrit yang mendukung konsep perancangan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif.

Penelitian kualitatif mengarahkan kegiatannya secara dekat pada masalah kekinian. Kepentingan pokoknya diletakkan pada peristiwa nyata dalam dunia aslinya, bukan sekedar pada laporan yang ada (Sutopo, 2006: 36-37).

Serangkaian metode perancangan yang mengarah pada sifat penelitian kualitatif dirangkum ke dalam sebuah bagan, sebagai berikut :



**Gambar 01.** Bagan Metode Perancangan Karya (Rinandhika Kharisma, 2020)

## 1. Pra Produksi

### a. Ide dan Konsep Karya

Ide awal yang menjadi dasar perancangan karya berasal dari perkembangan teknologi dan informasi yang berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup (*lifestyle*) yang kemudian berdampak pada penerapan karya visual pada era modern, terutama pada wujud undangan pernikahan yang semakin berkembang. Kemajuan teknologi berperan mewujudkan berbagai macam karya desain visual, begitu juga dengan perkembangan informasi dan komunikasi yang memungkinkan masyarakat luas mampu menyebarkan segala jenis informasi secara cepat dan efektif melalui media sosial maupun aplikasi *chat*.

### b. Survey / Observasi

Ide dan konsep karya harus dikuatkan dengan mengumpulkan data-data terkait dengan melakukan observasi. Survey atau observasi dilakukan dengan beberapa kegiatan penelitian terhadap perkembangan dan permasalahan yang ada saat ini yang berkaitan dengan undangan pernikahan. Pada tahap-tahap awal pengamatan dilakukan secara umum terlebih dahulu, kemudian mulai dikerucutkan untuk memilih informasi data yang diperlukan.

Pengamatan terhadap subyek, yaitu perilaku calon pasangan pengantin dan penyedia jasa undangan pernikahan digital, diamati berdasarkan pemilihan konsep-konsep dari berbagai bentuk undangan

pernikahan yang sudah pernah diterapkan. Sedangkan analisa yang berkaitan dengan undangan pernikahan digital, diamati lebih dalam dari jenis video beserta teknik-teknik modern yang pernah digunakan.

Penelitian tersebut dilakukan dengan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

- Wawancara

Teknik wawancara mendalam (*in-depth interviewing*) dengan metode yang bersifat terbuka (*open-ended*) dilakukan dengan narasumber yang berasal dari beberapa kerabat, rekan dan orang-orang yang masih berdomisili di Surakarta, yang merupakan calon pasangan pengantin maupun pasangan yang sudah menikah.

- Dokumentasi/Arsip

Dokumentasi dalam posisinya sebagai sumber data berupa foto dan video undangan pernikahan digital yang didapat dari pencarian melalui media sosial dan internet, termasuk *online shop* atau toko *online*. Berguna sebagai referensi penting yang akan mendukung penciptaan karya tugas akhir.

- Kuesioner *Online*

Kuesioner *online* menggunakan *Google Form* sebagai bentuk pengganti dari wawancara *online* dengan salah satu toko online (*online shop*) yang menjual jasa pembuatan undangan digital yang cukup laris, yaitu Macaloona yang merupakan salah satu

penyedia jasa pembuatan undangan digital *online* yang bertempat di kota Jakarta Selatan. Kuesioner ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa transaksi jual beli undangan digital lebih banyak dilakukan secara *online* antara penjual jasa dan pembeli undangan digital. Maka akan lebih baik jika data didapat dari penyedia jasa *online* yang sudah berpengalaman.

- Studi Pustaka

Studi kepustakaan berupa artikel, makalah, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan judul tugas akhir, dilakukan sebagai bagian dari penelitian, mengenai penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan maupun karya-karya yang berhubungan dengan judul. Studi pustaka berupa buku-buku digunakan sebagai kajian teori yang menjadi acuan perancangan karya tugas akhir.

c. Brief (Identifikasi Produk)

Setelah dilakukan identifikasi data dari berbagai sumber, ditemukan permasalahan yang mengurangi minat calon pasangan pengantin untuk memesan *motion graphic* undangan pernikahan. Permasalahan terhadap kurangnya perhatian dalam penggunaan tipografi yang baik mendasari munculnya gagasan untuk merancang karya *motion graphic* undangan pernikahan dengan teknik *kinetic typography*. Oleh karena itu, teknik ini berperan penting dalam mencapai tujuan perancangan karya tugas akhir ini.

#### d. Creative Brief

Dari data-data yang telah dikumpulkan tersebut, serta melalui berbagai pertimbangan, kemudian dapat ditentukan konsep-konsep visual yang mengarah pada perwujudan karya *motion graphic* undangan pernikahan.

Video hasil karya akan disebarluaskan dan dipublikasikan melalui media sosial dan aplikasi *chat*. Kekurangan produk sejenis yang sudah pernah dipasarkan sebelumnya, dalam hal penerapan tipografi, diharapkan dapat digenapi dalam perwujudan karya ini. Sehingga selanjutnya dapat memberikan dampak perubahan ke arah yang positif bagi penyedia jasa dalam membuat karya *motion graphic* undangan pernikahan.

Konsep-konsep visual yang telah ditentukan, kemudian diaplikasikan dalam beberapa tahap, sebagai berikut :

##### 1) Konsep Visual

Konsep tampilan visual karya ini akan mengarah pada tampilan yang mampu mengekspresikan kehangatan dan kebahagiaan dengan *style* modern minimalis. Tipografi yang beragam namun sesuai, ilustrasi gambar-gambar ikon dan ilustrasi *background* akan dibalut dalam warna-warna yang *soft* tapi cerah.

## 2) *Material Collecting*

*Material collecting* adalah tahap pengumpulan materi yang dibutuhkan untuk bahan pembuatan undangan pernikahan. Selain materi berupa gambar, materi ini berupa data-data yang umumnya harus dicantumkan pada undangan pernikahan, seperti nama pasangan pengantin, *quote* atau kata mutiara, tanggal dan tempat acara, peta lokasi acara. Data-data tersebut akan dibuat secara fiktif dalam perancangan tugas akhir, berfungsi sebagai bahan isi dari *motion graphic* undangan pernikahan yang dirancang.

## 3) Storyline

Storyline merupakan plot atau alur cerita atau struktur cerita yang menerjemahkan *short brief* menjadi serangkaian gambaran visual yang disusun sesuai konsep secara tertulis, dari awal *scene* (*opening*), bagian isi undangan, sampai akhir *scene* (*closing*). Storyline berguna untuk mempermudah proses perancangan sehingga hasil karya *motion graphic* tidak menyimpang dari konsep awal.

## 4) Storyboard

Konsep tertulis yang sudah tersusun dalam storyline, selanjutnya akan diterjemahkan menjadi bentuk gambar sketsa kasar ke dalam storyboard. Pembuatan storyboard dilakukan sebagai acuan untuk mengurutkan *scene-scene* gambar sebelum masuk ke tahap produksi atau digitalisasi. Setelah storyboard dibuat, maka

ada gambaran yang lebih jelas yang dapat dijadikan pedoman pelaksanaan produksi.

## 2. Produksi

### a. Digitalisasi Gambar (*Tracing* dan *Coloring*)

Digitalisasi gambar merupakan proses menggambar ulang hasil dari sketsa gambar manual secara digital. Sketsa gambar digitalisasi dengan cara *tracing* dan *coloring*. Proses ini dilakukan menggunakan software Corel Draw untuk menghasilkan gambar digital dalam bentuk *vector*.

### b. *Animating* (Penganimasian)

Pada tahap *animating*, dilakukan proses menggerakkan gambar vektor karakter, ikon, dan semua elemen gambar lainnya, dengan menentukan kunci gerakan (*keyframe*) pada bagian objek yang hendak digerakkan. Hal ini dilakukan dalam software Adobe After Effect.

### c. Compositing

Compositing merupakan tahap menggabungkan setiap layer gambar dalam satu *composition*, sehingga menghasilkan suatu kesatuan video dalam satu *scene* secara utuh.

### d. Rendering

Setiap adegan atau *scene* yang sudah melalui tahap *compositing*, kemudian dijadikan dalam satu file dengan format MP4 melalui proses rendering. Proses ini masih dilakukan dalam *software* Adobe After Effect.

### 3. Pasca Produksi

#### a. Video Editing

Editing dilakukan setelah melalui proses *rendering* tahap I. Tahap ini merupakan proses *cutting*, yaitu proses memilah dan menentukan bagian-bagian video mana yang perlu dipotong.

#### b. Mixing

Tahap ini merupakan tahap penyempurnaan (*finishing*) video. Pada tahap ini dilakukan penambahan musik *background*, beserta efek-efek transisi antar *scene* sesuai dengan kebutuhan.

#### c. Final Rendering

Final rendering adalah proses terakhir pembuatan *motion graphic* undangan pernikahan. Video *motion graphic* yang sudah melalui proses *editing* dan *mixing* digabungkan kembali menjadi satu video utuh melalui proses rendering.

### 4. Evaluasi

Hasil karya akan dievaluasi kembali secara keseluruhan dari desain, tipografi, layout, dan warna. Mulai dari gagasan kasar desain dan gambar (*sketch*) sampai pada hasil akhir penggabungan elemen-elemen lain hingga menjadi sebuah karya *motion graphic*. Hal-hal tersebut ditinjau kembali dengan menambahkan ataupun mengurangi, melakukan *editing* ulang jika dirasa berguna bagi penyempurnaan tampilan karya agar sesuai dengan konsep awal dan juga sesuai dengan tujuan perancangan karya sebelum dipublikasikan.

Hasil karya akan diuji coba atau dilakukan *pretest* terlebih dahulu di *smartphone/android*. Uji coba tersebut akan dilakukan dengan mencoba memainkan karya di *smartphone* dan diuji coba untuk disebarluaskan di media sosial dan aplikasi *chat*.

## H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penyusunan Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa bab. Adapun Sistematika Penulisan Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

- **BAB I.** Pada bab Pendahuluan, dijabarkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan karya dan manfaatnya. Terdapat uraian mengenai tinjauan pustaka yang mencantumkan karya-karya Tugas Akhir dan Skripsi yang berfungsi sebagai pembanding dan bukti originalitas perancangan karya Tugas Akhir, serta buku-buku yang menjadi acuan perancangan karya. Dijabarkan pula landasan teori mengenai teori perancangan, teori *motion graphic*, teori tipografi (teori *kinetic typography* termasuk dalam teori tipografi) dan teori media promosi. Teori-teori dari sumber pustaka tersebut berfungsi untuk mendukung legitimasi perancangan karya Tugas Akhir.
- **BAB II.** Bab Identifikasi Data berfungsi untuk menguraikan data-data hasil survey atau observasi yang sudah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya. Data-data tersebut meliputi hasil dari analisa data produk, yaitu undangan pernikahan. Hasil dari observasi tersebut dijabarkan mulai dari perkembangan undangan

pernikahan, macam bentuk undangan pernikahan, manfaat dan fungsi undangan pernikahan, elemen-elemen dalam undangan pernikahan, serta penjabaran mengenai analisa SWOT.

- **BAB III.** Bab Analisa Data dan Konsep Perancangan berfungsi sebagai penjelasan karya Tugas Akhir yang dirancang, meliputi segmentasi, USP, positioning, media plan dan strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan karya.
- **BAB IV.** Bab Perwujudan Karya berfungsi sebagai penjelasan mengenai proses perwujudan karya yang sudah dibuat. Penjelasan karya sesuai dengan analisa data, USP, positioning, dan strategi kreatif yang telah dibahas di bab-bab sebelumnya.
- **BAB V.** Bab Penutup berisikan simpulan terhadap rumusan masalah yang diangkat serta saran bagi penuntut ilmu dan perancang selanjutnya.
- **DAFTAR PUSTAKA**
- **DAFTAR ISTILAH**
- **LAMPIRAN**