

## BAB II

### PENEGASAN JUDUL DAN KERANGKA TEORI

#### A. Penegasan Judul

Judul laporan praktek kerja lapangan yang penulis buat yaitu **Perancangan *Company Profile Motion Graphics* Komunitas Musisi Mengaji Indonesi (KOMUJI) di Divisi *Junior Graphic Desain* PT Kultura Creonesia Reskapekta Bandung**. Judul tersebut di angkat berdasarkan dari proyek besar yang penulis kerjakan selama masa Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Kultura Creonesia Reskapekta Bandung. Tugas utama yang penulis kerjakan adalah membuat *Company Profile* dengan tampilan *motion graphics* untuk Komunitas Musisi Mengaji Indonesia (KOMUJI).

#### B. Kerangka Teori

Berikut ini adalah acuan kerangka teori yang dibuat atau dihimpun sesuai dengan tugas utama Praktek Kerja Lapangan Penulis.

##### B.1. Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagai lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa (Herlambang, 2014).

Menurut Kertajaya (dalam Herlambang, 2014) komunitas adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan *interest* atau *values*.

### **B.1.1. Faktor Terbentuknya Komunitas**

Menurut Delobelle (dalam Herlambang, 2014) suatu komunitas adalah grup beberapa orang yang berbagi minat yang sama, berdasarkan empat faktor, yaitu:

- a. Komunikasi dan keinginan berbagi (*sharing*), yaitu para anggota saling menolong satu sama lain.
- b. Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu.
- c. Ritual dan kebiasaan, yaitu orang-orang datang secara teratur dan periodik.
- d. *Influencer*, yaitu merintis suatu hal dan para anggota selanjutnya ikut terlibat.

### **B.2. Company Profile**

*Company profile* merupakan sarana dalam menyampaikan informasi mengenai suatu perusahaan dikemas dengan bentuk verbal maupun visual yang menyampaikan tentang sejarah, apa saja yang dikerjakan saat ini, dan tujuan yang akan dicapai di masa akan datang sekaligus meningkatkan daya beli konsumen terhadap perusahaan terkait (Kurniawan, 2017).

Menurut Maimunah (dalam Kurniawan 2012 : 34) *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga, dan instansi lainnya.

#### **B.2.1. Unsur-Unsur Company Profile**

Secara umum *company profile* memiliki unsur penting dalam pembuatannya, mencakup unsur-unsur sebagai berikut (Kriyantono dalam Kurniawan 2008:13) :

- a. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan dan sebagainya.
- b. Filosofi perusahaan, merupakan pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan.

- c. Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya misalnya etos kerja tinggi.
- d. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
- e. Identitas perusahaan termasuk logo, uniform, interior gedung, dan kantor.
- f. Visi, misi perusahaan, merupakan komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan operasional perusahaan dalam menciptakan kepercayaan publik.
- g. Cabang perusahaan, semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukkan jalur distribusi yang merata mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan.
- h. Gambaran tentang SDM, menceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan siapa saja figur pengendali jajaran manajemen termasuk tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
- i. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan, menjadi kunci strategis bagi khalayak menggambarkan kelebihan perusahaan yang membedakan dengan kompetitor.
- j. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat bukan hanya kualitas produk atau jasa tapi juga apa yang bisa dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui program-program
- k. Laporan perkembangan perusahaan (*annual report*) termasuk informasi keuangan perusahaan
- l. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan.

### **B.2.2. Karakteristik *Company Profile***

Dalam pembuatan *company profile* selain melingkupi unsur-unsur yang ada, *company profile* juga memiliki karakteristik sehingga dapat menarik minat *audience* untuk melihat maupun membaca, adapun karakteristik tersebut sebagai berikut (Setiawan, 2016):

a. Representatif

*Company profile* harus representatif sesuai dengan kesan, karakter atau *image* yang telah dibangun dan ingin ditampilkan oleh perusahaan maupun komunitas. Umumnya kesan karakter atau *image* yang ditampilkan pada *company profile* terbagi menjadi dua sifat, pertama bersifat formal atau resmi, konservatif, profesional, memiliki integritas, kredibel dan akuntabel. Kedua bersifat casual, dinamis, egaliter, ramah, hangat dan akrab, berani tampil beda tetapi tetap menjaga profesionalitas.

b. Informatif

Setiap Informasi yang ditampilkan dengan benar, akurat, dan lengkap, serta disajikan dengan cara menarik, jelas dan mudah untuk dimengerti. Sehingga untuk memenuhi hal tersebut maka perlu adanya pemahaman tentang pemakaian wujud (*form*) dan ruang (*space*), tipografi, foto/ilustrasi, warna, dan *layout* yang tepat menjadi peran yang sangat penting serta memperhatikan cara, metode distribusi dan penyampaiannya.

### **B.2.3. Fungsi *Company Profile***

Menurut Kriyanto (dalam Kurniawan 2008:15) *company profile* mempunyai peran yang sangat penting dapat dilihat dari beberapa fungsinya yaitu sebagai berikut:

a. Representasi perusahaan

Merupakan gambaran tentang perusahaan mewakili perusahaan terkait sehingga publik tidak bersusah payah mencari informasi tentang perusahaan serta sebagai alat membangun citra.

- b. Digunakan untuk melengkapi komunikasi  
*Company profile* bisa digunakan dalam berkomunikasi utamanya melengkapi komunikasi itu sendiri demi terciptanya mutual understanding.
- c. Menghemat waktu transaksi  
Menginformasikan pada khalayak mengenai informasi yang berkaitan dengan bisnis perusahaan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, maupun pengelolaan keuangan (opsional) dan sebagainya.
- d. Membangun identitas dan citra korporat  
*Company profile* yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata khalayak sebagai perusahaan yang besar dan bonafit.

### **B.3. Motion Graphics**

*Motion graphics* menurut Candra (2003:01) dalam bukunya yang berjudul “Animasi gerak dengan *After Affects 5.5*”, *motion graphics* salah satu disiplin ilmu dalam multimedia komputer. *Video* hasil *shoot* dapat diberi sentuhan efek-efek tulisan atau gambar beranimasi sehingga kreativitas *video* menarik. Animasi gerak banyak dipergunakan dalam dunia pertunjukan seperti iklan, film, presentasi, dan lain-lain.

Secara umum *motion graphics* adalah gabungan media audio visual yang menggabungkan seni film dan desain grafis dengan memasukan elemen-elemen yang berbeda seperti ilustrasi, tipografi, fotografi, *video* dan musik yang dibuat dengan menggunakan teknik animasi 2D atau 3D (Daffi, 2017).

Sehingga menurut penulis *motion graphics* merupakan gambar gerak (animasi) 2D dengan menggunakan teknik animasi komputer yang dapat diolah sedemikian rupa. Sehingga membentuk seolah-olah gambar grafis maupun teks yang ditampilkan bergerak, berpindah ataupun berputar dengan menggunakan beberapa cara dan *software*.

### B.3.1. Unsur Dasar *Motion Graphics*

Kekuatan *motion graphics* (animasi 2D) bukan hanya menceritakan ceritanya saja, melainkan ketegasan gambar, kelucuan, bahkan *unrealistic* menjadi kekuatan tersendiri. Dalam hal ini unsur-unsur mendasar mengenai *motion graphics* sebagai berikut, (Ruslan, 2016:65-67).

#### a. Penggambaran subjek

Secara umum penggambaran subjek dimulai dengan sketsa terlebih dahulu, tetapi boleh saja langsung menggunakan *software* yang mendukung. Pada dasarnya penggambaran dalam animasi *motion graphics*, khususnya digital berbicara tentang beberapa hal sebagai berikut :

##### 1. *Layers*

Merupakan lembaran-lembaran seperti halnya dalam animasi *cel* atau animasi *flipbook*, dan animasi lainnya yang menggunakan lembaran perlembaran. *Layers* berfungsi sebagai bagian atau golongan media yang berbeda-beda. Anggap saja dalam lembar pertama adalah tokoh yang bergerak, dan layer kedua adalah lawannya. Dalam animasi digital, sering kali penggunaan *layers* bukan hanya soal karakter dengan karakter lain juga dengan lingkungan, suara atau juga dengan efek-efeknya, tetapi bisa juga dengan memisahkan subjek dari karakter tersebut, walaupun tidak jarang pula penggambaran karakter secara satu bagian utuh.

##### 2. *Keyframes*

Merupakan kunci dalam sebuah animasi dengan melihat pergerakan-pergerakan setiap gambar (*frames*).

Maka dapat disimpulkan penggambaran subjek dalam hal ini adalah menempatkan gambar dalam media untuk membangun animasi sesuai yang diinginkan.

#### b. Komposisi

Dalam hal ini komposisi bukan hanya berbicara bagaimana mengkomposisikan bagian-bagian karakter, penggabungan dengan gambar lain, atau menambahkan warna-warna saja, tetapi juga berbicara tentang penggabungan suara bicara, suara lingkungan, atau musik serta efek-efek dan tulisan-tulisan yang diberikan.

### **B.3.2. Elemen-Elemen *Motion Graphics***

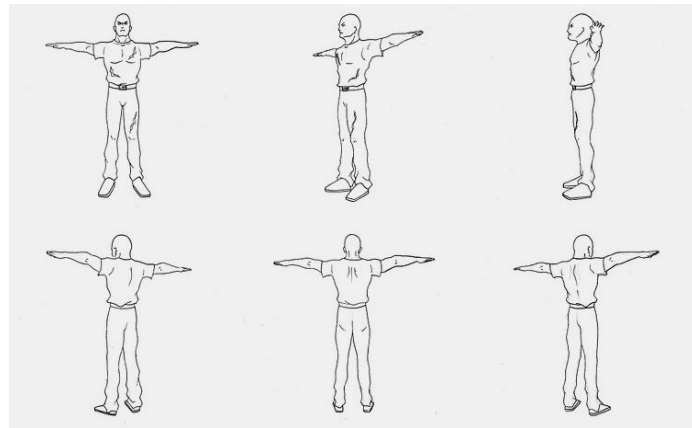
Menurut Daffi (2017) *motion graphics* terbentuk dengan adanya penggabungan dari beberapa elemen visual, elemen-elemen tersebut sebagai berikut.

#### **a. Ilustrasi/Sketsa/Desain**

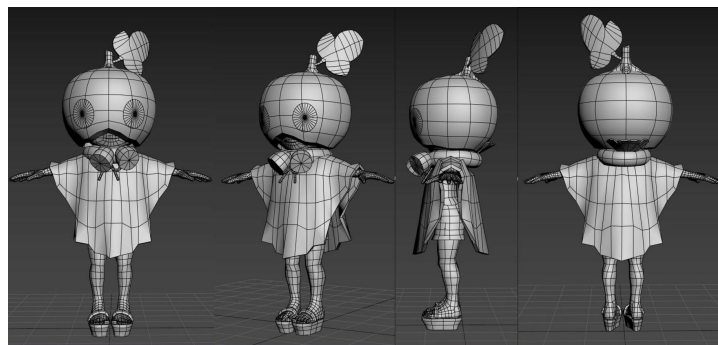
Ruslan (2016:94) mengutarakan sketsa biasanya memberikan gambaran-gambaran, seperti tokoh, latar, dan pengambilan gambar (*camera view*) sebagai landasan awal atau utama. Dalam penggambaran ini sketsa menjadi landasan yang sangat krusial, contohnya dalam pembuatan karakter dan juga membuat latar dalam tampilannya.

Membuat suatu subjek tentunya perlu diteliti terlebih dahulu atau dengan mengkonsepkannya dengan baik. Sehingga dapat menarik perhatian khayalak, biasanya dapat dibuat dengan penggunaan karakter yang unik, lucu, atau mungkin memodifikasi karakter yang ada sebelumnya dengan lebih menarik lagi atau mengikuti tren-tren terbaru, dan tentunya tidak lepas dari segmentasi khalayak yang disasar. (Ruslan, 2016: 95)

Dalam membuat sketsa atau ilustrasi tidak jarang seorang kreator harus mengenali subjek yang akan digambarnya. Misalkan satu karakter mempunyai beberapa kategori dalam pembagian visualnya seperti bagaimana penggambaran karakter dari depan, samping, dan belakang serta gestur dari karakter tersebut. Penggambaran ini biasanya dilakukan dalam dua metode seperti manual dan melalui *software* sesuai dengan adanya perkembangan teknologi. Secara umum disebut dengan *model sheet* dan dalam animasi 3D disebut *modeling*. Kita dapat melihat penggambaran ini lebih lengkap melalui *storyboard* yang dibuat oleh kreator ataupun sutradara (Ruslan, 2016: 68, 96-97).



Gambar 1. Desain Model *Sheet Manual*  
(Sumber Gambar : pixabay.com)



Gambar 2. Desain *Modeling* melalui *Software*  
(Sumber Gambar : www.artstation.com)

## b. Tipografi

Tipografi memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi maupun mengkomunikasikan suatu ide. Dengan kata lain tipografi menjadi salah satu elemen pendukung dari visual grafis itu sendiri. Wibowo (2015:85) tipografi merupakan ilmu memilih dan menata huruf sesuai pengaturannya pada ruang-ruang yang tersedia guna menciptakan kesan tertentu, sehingga pembaca mendapat kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Tari dan Yana (2014:89) dalam buku mereka yang berjudul “Desain Komunikasi Visual” mengungkapkan bahwa jenis atau penggunaan huruf yang dipakai secara umum di Indonesia sama halnya yang dipakai di Eropa. Setiap huruf yang digunakan menyesuaikan pada fungsi dan estetikanya. Terdapat ribuan huruf sehingga berdasarkan bentuk struktur gambar huruf dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan, yaitu :



## 1. Jenis Huruf Serif

Serif adalah huruf dengan garis tipis yang ada pada ujung kaki atau lengan huruf. Serif merupakan jenis kelompok huruf yang memiliki kaki dengan lengan huruf. Kelompok jenis ini terdiri dari tiga gaya, yaitu huruf *Roman*, huruf *Bodoni* dan huruf *Egyption*.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy  
Zz 0123456789 ( { ! @ # \$  
% & \* , . : ; ' " } )

Gambar 3. *Font Serif*  
(Sumber Gambar : <https://www.fontspace.com>)

### 1) Huruf *Roman*

Huruf roman atau huruf romawi mempunyai perbedaan antara tebal tipis tidak terlalu banyak. Penerapan huruf ini halus dan lembut sesuai dengan sifat atau karakter yang disandang seorang ibu, yaitu lembut, santun dan bijaksanana. Sehingga huruf *roman* sangat sesuai untuk pekerjaan yang halus atau seni dengan teks formal.

### 2) Huruf *Bodoni*

Adalah huruf yang mempunyai ketebalan dan ketipisan sangat jelas. Huruf ini merupakan jenis modern yang bentuk hurufnya memperlihatkan perbedaan yang mencolok antara kaitan dengan batang huruf. Dalam pemilihan jenis huruf ini sangat melekat dengan sifat berat, gemuk, gendut, maupun menggema pada sebuah kata.

### 3) Huruf *Egyption*

Adalah huruf yang tidak terdapat perbedaan antara tebal tipisnya badan dengan kaki. Walaupun huruf ini memiliki kaki dan lengan, namun dalam segi komunikasi sangat mudah dilihat dan jelas. Pemilihan huruf ini memberi kesan mecil, bulat, dan memanjang.

## 2. Jenis Huruf Sans Serif

Sans Serif adalah huruf yang tidak mempunyai kaki dan lengan huruf, tidak memiliki perbedaan antara tebal dan tipisnya. Huruf ini memberi kesan sederhana, tidak ramai namun tetap manis, tegas, kuat, dan keras sangat melekat pada kelompok huruf jenis ini. Jenis huruf tanpa kait ini adalah: *Arial, Gill Sans, Univers, Futura, Helvetica, Gothic, Announce, Antique, Eurostlie, USA Black, Erie*, dan sebagainya.



Gambar 4. *Font Sans Serif*  
(Sumber Gambar : <https://deliciousthemes.com>)

## 3. Jenis Huruf *Fantasy*

*Fantasy* merupakan huruf penuh lekak-lekuk seperti tunas menjalar, jenis huruf ini sering digunakan untuk hiasan pada kata atau kalimat yang berfungsi untuk mempertegas perhatian pembaca. Dalam tampilannya, jenis huruf ini tidak semua menggunakan huruf kapital karena bila demikian maka akan mengganggu dalam penglihatan atau kelihatan kaku dan sulit dibaca. Kesan yang diberi dari huruf fantasi ini yaitu lembut, lentur, lemah gemulai, serta halus. Adapaun jenis huruf

fantasi ini antara lain: *Script, Astral, Bottleneck, Mistral, Ringlet, Neon, Neoscrep, Letter Orness, Domino*, dan sebagainya.



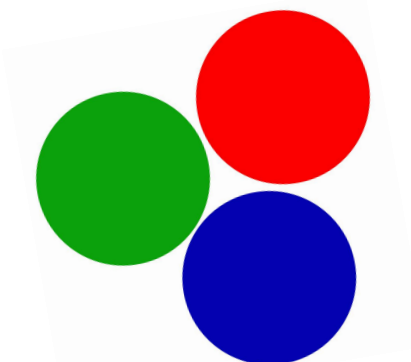
Gambar 5. *Font Fantasy*  
(Sumber Gambar : <https://id.pinterest.com>)

### c. Warna

Warna adalah satu hal yang sangat penting dalam menentukan respon dan menjadi hal pertama yang dilihat oleh seseorang. Setiap warna memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung pada latar belakang pengamatannya juga. (Nugroho, 2007:1).

Nugroho (2007:7-9) juga mengungkapkan dalam bukunya berjudul “Pengenalan Teori Warna” bahwa dalam pengelolaan warna pada media cahaya (komputer) terbagi menjadi beberapa kelompok diantaranya sebagai berikut.

1. Warna Primer, merupakan warna-warna yang paling kuat, ia merupakan warna utama dalam pembentukan warna lainnya, terdiri dari 3 yaitu merah, biru, dan hijau.



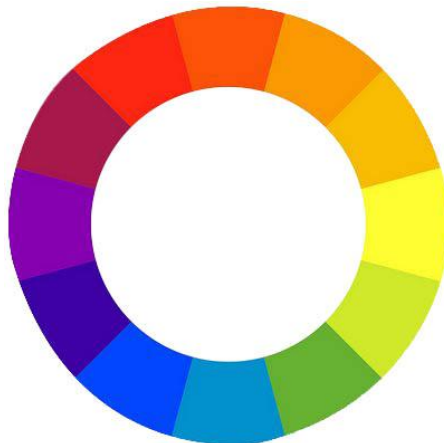
Gambar 6. Warna Primer  
(Sumber Gambar : Buku Pengenalan Teori Warna)

2. Warna Sekunder, merupakan warna yang dihasilkan dari campuran dua warna primer yang menghasilkan 3 warna sekunder ialah merah + hijau menghasilkan warna kuning, hijau + biru menghasilkan warna cyan, dan biru + merah menghasilkan warna magenta.



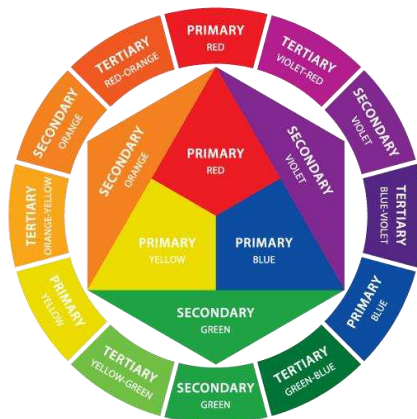
Gambar 7. Warna Sekunder  
(Sumber Gambar : ruangguru.co)

3. Warna Tersier, merupakan campuran satu warna primer dengan warna sekunder di sebelahnya, warna ini terdiri dari 6 warna sebagai berikut.



Gambar 8. Warna Tersier  
(Sumber Gambar : ruangguru.co)

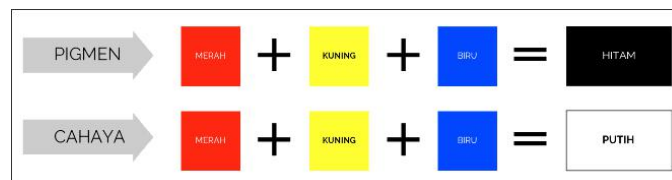
4. Gabungan, merupakan gabungan dari warna primer, sekunder, tersier yang membentuk roda warna sebagai berikut.



Gambar 9. Warna Gabungan  
(Sumber Gambar : lalalaila.com)

Warna diyakini mempunyai dampak psikologi terhadap manusia. Dampak tersebut dipandang dari berbagai macam aspek, baik aspek panca indera, aspek budaya dan lain-lain, (Nugroho, 2007:35-36). Adapun psikologi pada warna sebagai berikut :

1. Warna netral, adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekunder.



Gambar 10. Warna Netral  
(Sumber Gambar : lalalaila.com)

2. Warna kontras, adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan lainnya misalnya warna merah dengan hijau, kuning dengan ungu, dan biru dengan jingga.
3. Warna panas, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning.
4. Warna dingin, adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu.

#### **d. Fotografi**

Kata fotografi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari 2 kata yaitu “*Photo*” yang berarti sinar dan “*Graphos*” yang berarti menggambar. Jadi fotografi dapat diartikan “menggambar dengan cahaya”, dengan menggunakan kamera dan lensa sebagai alat lukisnya (*brush* atau kuas), film dan sensor sebagai kanvas/kertas dan cahaya sebagai catnya (Burhanuddin, 2014:1).

Menurut Burhanuddin (2014:2) Dalam kamus besar bahasa Indonesia, disebutkan bahwa fotografi merupakan seni dan proses penghasilan gambar dengan cahaya pada film atau permukaan yang dipekakan. Sebagai istilah umum fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya.

#### **e. Video**

Sadiman, dkk (2008:282) dalam buku yang berjudul “Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatan” mengungkapkan *video* sebagai peralatan pemain ulang (*play back*) dari suatu program (rekaman), terdiri dari satu buah *video* atau lebih yang menampilkan gambar maupun suara sebagai media audio visual yang akan ditayangkan pada monitor atau layar sebagai keperluan *broadcast*, iklan, pengajaran/pendidikan, industri maupun keperluan rumah tangga (hiburan).

#### **f. Rekaman Suara atau Audio**

Beberapa animasi tidak menggunakan suara-suara, namun suara menjadi kebutuhan penting sebagai pemberian cerita ataupun narasi yang disampaikan, baik dari ucapan, suasana, atau kejadian-kejadian yang terjadi pada adegan tersebut (Ruslan, 2016:105).

Secara umum suara-suara atau audio bisa dibagi menjadi beberapa bagian yaitu (Ruslan, 2016:106):

1. *Voice Recording*, suara bicara biasanya diambil dari talent yang mempunyai suara sesuai penokohan yang sudah dibentuk.

2. *Nonvoice Recording*, merupakan suara pendukung atau disinkronisasi terhadap kejadian yang terjadi seperti jatuh, memukul, bunyi sepatu, dan sebagainya, atau yang biasanya disebut sebagai *sound effect*.
3. *Music Recording*, atau *background* bisa menjadi hal yang penting sebagai pemberian citra dalam cerita, dan bisa memberikan rasa serta emosional kepada penonton.

### **B.3.3. Prinsip-prinsip *Motion Graphics***

Dalam merencanakan sebuah karakter atau visual yang bisa bergerak dan memiliki kesan khas melalui desain-desain yang dibuat dibutuhkannya prinsip atau pedoman dalam pembuatannya. Prinsip atau pedoman dasar dalam pembuatannya memiliki 12 prinsip dasar menurut Walt Disney (dalam Prakosa, 2010:156-170) sebagai berikut:

a. *Squash and Stretch* (Mengkerut dan Merenggang)

Sebuah karakter dibuat dan ditentukan sebagai karakter yang kokoh baik berbentuk karakter makhluk hidup ataupun benda-benda, yang kemudian ‘diberi jiwa’ sehingga saat dibuat pergerakannya seolah-olah bisa meregang, mengkerut dan bisa-bisa bersifat lentur. Saat pergerakan dimulai dengan ancang-ancang mengkerut, hingga saat bergerak membentuk membentuk perengangan tertarik menuju bentuk terakhir saat benda tersebut berhenti. Proses ini sebaiknya juga diimbangi dengan perhitungan *timing* yang benar sehingga gerak semakin menarik.

b. *Anticipation* (antisipasi)

Merekonstruksi karakter dalam posisi sedang melalui suatu aktivitas yang bergerak sesuai dengan apa yang dilakukan.

c. *Staging* (penempatan)

*Staging* diartikan sebagai suatu gerakan utuh menunjukkan detail apa yang dilakukan oleh obyek karakternya sebagai sebuah gambaran gerakan apa yang sedang dikerjakannya.

- d. *Straight Ahead Action and Pose to Pose* (aksi bergerak dengan pasti dan posisi *pose* pertama ke *pose* kedua, dst)
- Straight ahead action* adalah sebuah cara menggambarkan sebuah gerakan secara terus-menerus tanpa terputus sehingga menciptakan gerak yang kontinyu. Sedang *pose to pose* atau gerakan dari *pose* adalah tentang gerakan apa dulu yang akan dikerjakan, akan dipilih *pose* terpenting dalam gerak sebuah scene atau adegan, menawarkan kontrol gerak dan tempo gerak yang pasti.
- e. *Follow Through and Overlapping Action* (mengikuti dan gerakan menyambung)
- Walt Disney (dalam Prakosa, 2010:160) mengatakan bahwa untuk menggambarkan gerak karakter yang memiliki atribut yang cukup bervariasi diperlukannya teknik ini untuk memastikan mana yang terlebih dulu dan yang terakhir bergerak beragantung dari situasinya.
- f. *Slow In and Slow Out* (makin lambat pada bagian awal dan makin lambat pada bagian akhir)
- Setiap gerakan memiliki percepatan yang berbeda-beda ada yang bergerak secara kaku maupun ekstrem, motif ini diperhitungkan melalui karakter dan gestur dari karakter tersebut. *Slow in* terjadi jika sebuah gerakan diawali secara lambat kemudian menjadi cepat, dan *Slow out* terjadi jika sebuah gerakan yang relatif cepat kemudian melambat.
- g. *Arcs* (Gerak Melingkar)
- Setiap gerak bisa melingkar ke atas atau ke bawah, ke samping atau serong, semua diasumsikan ada porosnya. Hal ini memungkinkan karakter bergerak secara '*smooth*' dan lebih realistis, karena pergerakan yang dihasilkan mengikuti pola.
- h. *Secondary Action* (gerakan pembantu)
- Menciptakan karakter menjadi lebih menarik dengan gerakan-gerakan yang alamiah tanpa hanya bergerak karena aksi dan reaksi.
- i. *Timing* (menghitung gerakan dalam waktu)
- Jumlah gambar dalam animasi selalu memerlukan *timing* terlebih dengan gerak-gerak yang bermakna inti cerita. Inti cerita dapat dimasukkan



dengan cepat melalui perhitungan *timing* yang bergerak cepat atau lambat, sehingga memiliki variasi sesuai dengan karakter yang ingin ditampilkan.

j. *Exaggeration* (eksagerasi atau melebih-lebihkan gerakan)

Upaya untuk mendramatisir suatu karakter atau adegan dalam bentuk rekayasa gambar yang bersifat ‘hiperbolis’. Ada semacam deformasi bentuk yang ekstrim atau tidak proposional untuk mendapatkan kesan lucu.

k. *Solid Drawing* (gambar yang kokoh)

Gambar yang baik dan penuh emosi menciptakan sebuah karakter tokoh yang khas. Dalam proses menggambarnya, biasanya setelah desain karakter dibuat kemudian membuat detail asesoris dan pakaiannya sesuai sifat dan karakter dasar tokoh tersebut. Hal ini menciptakan karakter solid yang akan memiliki karakter khas dan memiliki pemikirannya sendiri.

l. *Appeal* (kesan yang diciptakan)

Desain karakter sebaiknya dibuat sederhana, tetapi menarik dan memiliki kekhasan tersendiri. Kesederhanaan karakter yang dibuat paling penting memiliki kesan yang mudah diingat, sehingga tampak ciri-ciri yang membawa kesan tersendiri sesuai dengan apa yang ingin dicapai dalam menciptakan karakter yang akan ditampilkan. Hal itu kemudai juga dibantu dengan unsur suara dan bunyi, diksi, serta kebiasaan-kebiasaannya.

#### **B.3.4. Fungsi-fungsi *Motion Graphics***

*Motion graphics* berfungsi untuk melengkapi media pemasaran menggunakan teknik multimedia, sehingga menjadi alat komunikasi yang unik membuat *motion graphic* semakin banyak diminati oleh sebagian pelaku usaha. Beberapa fungsi dari *motion graphics* dapat menguntungkan bagi usaha itu sendiri, diantaranya sebagai berikut (Marena, 2020):

- a. Penggabungan foto, *video* dan suara untuk menjelaskan suatu produk atau jasa secara lebih baik.
- b. Membuat desain iklan yang lebih kreatif.

- c. Memenuhi kebutuhan promosi audio-visual dengan baik.
- d. Memudahkan dalam membuat *video explainer* dan *company profile*.
- e. Membuat teks menjadi bergerak atau berkedip.

#### **B.3.4.1 Fungsi Motion Graphics dalam Aset Market Perusahaan**

Marena (2020) mengutarakan penggunaan *video* merupakan alat *marketing* yang ampuh dalam mendukung kegiatan promosi *brand*, produk maupun jasa yang dimiliki oleh setiap perusahaan begitupun dengan menggunakan *motion graphics* yang akan terus mengalami peningkatan yang dihadirkan pada khalayak. Fungsi *motion graphics* bagi perusahaan menurut Marena (2020) antarlain sebagai berikut:

- a. Mempromosikan branding dengan cara yang unik  
Memberikan kemungkinan bagi perusahaan untuk membuat yang tidak mungkin menjadi lebih mungkin. Misalnya membuat hewan, tanaman maupun benda mati yang tidak bisa berbicara menjadi berbicara. Promosi yang dilakukan dalam bentuk *video action* kemudian diolah menggabungkan *motion graphics* sehingga pesan yang disampaikan jauh berbeda.
- b. Mempromosikan branding dengan menarik dan mudah diingat  
Melalui berbagai jenis gaya desain seperti yang sederhana atau yang sangat rumit kemudian diolah dalam *motion graphics* sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi tidak terlalu rumit serta lebih mudah dimengerti oleh khalayak.
- c. Biaya yang lebih efisien  
Dibandingkan biaya *video action* secara teknik membutuhkan perlengkapan yang lebih banyak sedangkan *motion graphics* dapat dikerjakan di ruangan tanpa menggunakan perlengkapan produksi yang banyak tentunya hal ini menjadi perbedaan biaya yang sangat jauh.
- d. Waktu yang lebih fleksibel dan efektif  
Kelengkapan proses pembuatan *motion graphics* dapat diolah kembali atau diubah-ubah menyesuaikan dengan kebutuhan promosi yang ada. Umumnya durasi setiap *motion graphics* mulai dari 15 detik atau 30

detik saja yang kemudian dapat diolah lagi menyesuaikan kebutuhan yang dibuat untuk ditampilkan pada media.

e. Membuat informasi lebih berkesan

Menyampaikan informasi menggunakan *motion graphics*, dapat merangkum jumlah data yang cukup banyak untuk ditampilkan menyesuaikan kebutuhan yang diinginkan. sehingga data-data atau informasi yang terkesan membosankan menjadi menarik dan mudah dipahami.

f. Memberikan kesan *modern*

Dengan menggunakan *motion graphics* sebagai alat menyampaikan informasi tentu perusahaan tersebut telah dan dapat mengikuti perkembangan zaman yang tampak lebih *modern*.

#### **B.4. Animasi**

*Motion graphics* bisa dikatakan bagian dari pengembangan animasi menggunakan *software editing* yang menggabungkan antara seni desain grafis dan teknik animasi baik 2D maupun 3D, tetapi memiliki perbedaan pada tampilannya, *motion graphics* tidak bergerak secara detail setiap gerak atau adegannya seperti animasi pada umumnya (Daffi, 2017).

Dalam kamus Bahasa Indonesia-Inggris, kata animasi berasal dari kata dasar; “*to animate*”, yang berarti menghidupkan. Secara umum, animasi merupakan salah satu kegiatan menajalankan atau menggerakkan benda mati, dengan memberikan dorongan, kekuatan, gambaran-gambaran, semangat agar seakan-akan hidup. (Ruslan, 2016:15).

Ruslan (2016:26-28) juga mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul “Animasi Perkembangan dan Konsepnya” bahwa beberapa hal yang paling mendasar dalam lingkup animasi secara umum yaitu struktur animasi. Struktur animasi merupakan struktur umum sebagai media *transformasi* dan informasi terhadap subjek-subjek yang diberikan, sehingga struktur yang terdiri dari beberapa subjek yang mendukung pergerakan, perubahan, ataupun pergantian yang terjadi dapat digambarkan sebagai berikut:

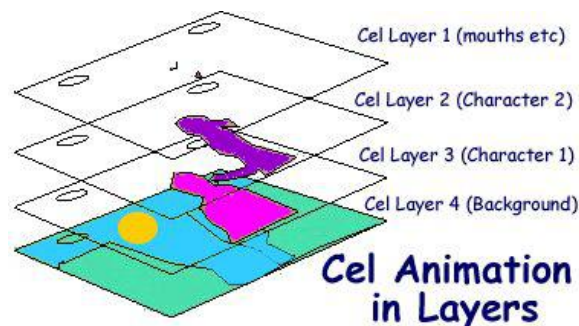
- a. Tahap awal (pra produksi), merupakan titik atau kunci pertama subjek berada, berbentuk, atau berposisi yang memberikan informasi kepada pengamat, penonton, atau penyimak.
- b. Proses (produksi), merupakan suatu bentuk *animate* (pergerakan, perubahan, pergantian, dan sejenisnya) terhadap subjek yang telah diperhatikan di awal sebagai kuncinya.
- c. Tahap akhir (pasca produksi), sebagai bentuk akhiran terhadap subjek yang sudah ter-*animate* dan menjadi bentuk final dalam pergerakan.

#### B. 4.1. Pengelompokkan Animasi

Dengan berkembangnya kemajuan teknologi, menjadikan animasi terbagi menjadi beberapa golongan atau kelompok baik manual atau *nondigital* maupun digital. Disimpulkan bahwa, animasi harus mempunyai dua gambar yang berbeda agar memberikan sebuah pergerakan gambar, artinya, satu gambar atau lebih dari satu gambar yang sama tidak dapat diartikan animasi, (Ruslan, 2016:56-76). Sehingga dalam hal ini pengelompokkan animasi terbagi menjadi beberapa kelompok antara lain sebagai berikut :

##### a. *Animation Cel*

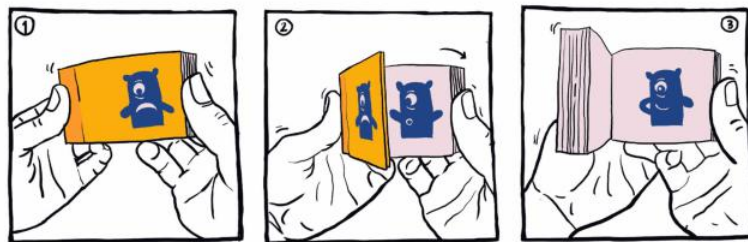
*Animation Cel* adalah animasi yang dibuat pada media cetak, khususnya pada kertas dengan penggambaran manua, atau boleh jadi dicetak dari media digital, yang pada akhirnya animasi tersebut ditampilkan pada media digital.



Gambar 11. Contoh Animasi *Cel*  
(Sumber Gambar : pinterest.com)

b. Animasi *Flipbook*

Animasi *flipbook* adalah animasi yang dibuat menggunakan media kertas sebagai bahan dasar, dengan menggambarkan ilustrasi dan pewarnaan secara manual baik dengan cat, pensil, ataupun pewarnaan lainnya pada setiap lembarannya. Pergerakan animasi *flipbook* ini tentu membutuhkan kertas yang cukup banyak dengan menyesuaikan durasi animasi yang ingin dibuat, karena untuk membuat pergerakan animasi ini tergantung dengan kecepatan tangan untuk membalikan kertas-kertas tersebut secara menyeluruh.



Gambar 12. Contoh Animasi *Flipbook*  
(Sumber Gambar : [www.piknikdong.com](http://www.piknikdong.com))

c. Animasi *Stop-Motion*

Secara umum *stop-motion* merupakan menggerakkan subjek, baik gambar, orang, patung, atau benda-benda *frame by frame*, atau *shoot-per-shoot*, atau satu per satu dan diambil gambarnya dengan alat perekam, dan akhirnya digabungkan menjadi satu melalui media digital lainnya, sehingga gambar itu menjadi seakan-akan bergerak (animasi), pergerakan animasi ini lebih sering disebut dengan gambar sekuen (*sequences*).



Gambar 13. Contoh Animasi *Stop-Motion*  
 (Sumber Gambar : [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com))

d. Animasi 2D (*Motion Graphic*)

Animasi 2D lebih menekankan animasi digital yang dibuat oleh alat-alat digital, seperti komputer, dengan pewarnaan serta pergerakan yang digital.



Gambar 14. Contoh Animasi 2D (*Motion Graphics*) Iklan Oreo  
 (Sumber Gambar : YouTube Oreo Cookie)

e. Animasi 3D

Animasi 3D merupakan animasi yang dapat menggambarkan tampilan-tampilan hampir realistis atau seakan-akan nyata dan tidak dapat dilihat mana asli atau hanya buatan melalui komputer semata, di mana setiap subjek yang dibuat 3D dapat dilihat 360 derajat secara keseluruhan tanpa perlu digambarkan satu persatu.



Gambar 15. Contoh Animasi 3D Animasi Nussa & Rara  
(Sumber Gambar : YouTube Nussa Official)

f. Animasi Multidimensi

Animasi multidimensi merupakan penggabungan antara berbagai tipe animasi 2D dengan animasi 3D, atau animasi *cel* dengan animasi *flipbook*, dsb. Pemodelan animasi multidimensi dengan penggunaan beberapa tipe animasi sebagai model saja, dan dianimasikan dengan *software* lain. Sebagai contoh film animasi *The Amazing World Of Gumball* yang diproduksi oleh Cartoon Network.



Gambar 16. Contoh Animasi Multidimensi  
(Sumber Gambar : YouTube Cartoon Network)

### B.5. *Story Line* atau Struktur Cerita

Menurut Ruslan (2016:90) tidak semua animasi berawal dari sebuah sketsa, bisa saja berawal dari sebuah cerita yang ditulis atau dituangkan dalam ucapan lalu memulai untuk membuat sketsa-sketsanya. Alur cerita dalam *storyline* mempunyai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam strukturnya, yakni struktur narasi. Nugrianto (dalam Ruslan, 2016:91) mengungkapkan pada dasarnya analisis struktural bertujuan untuk memaparkan secermat mungkin fungsi dan ketertarikan antar berbagai

unsur karya sastra yang secara bersamaan menghasilkan sebuah kemenyeluruhan.

Dalam buku “Animasi Perkembangan Dan Konsepnya” Ruslan (2016:92) mengutarakan dalam struktur narasi mempunyai beberapa poin yang menjadi pembentuknya, yaitu :

a. Tokoh dan Penokohan

Menurut Nurgiantoro (dalam Ruslan, 2016: 92), tokoh cerita adalah orang-orang yang ditampilkan dalam suatu karya naratif atau drama, yang oleh pembaca ditafsirkan memiliki kualitas moral dan kecenderungan tertentu, seperti yang diekspresikan dalam ucapan dan apa yang dilakukan melalui tindakan.

b. Alur

Alur atau plot adalah jalinan peristiwa di dalam karya sastra (termasuk naskah drama atau lakon) untuk mencapai efek-efek tertentu (Sudjiman dalam Ruslan, 2016: 92).

c. Sudut Pandang

Sudut pandang terdiri atas, (1) sudut pandang fisik, yaitu posisi dalam waktu dan ruang yang digunakan pengarang dalam kedekatan materi cerita, (2) sudut pandang mental, yaitu perasaan dan sikap pengarang terhadap masalah cerita, (3) sudut pandang pribadi, yaitu hubungan yang dipilih pengarang dalam membawa cerita sebagai orang pertama, kedua, dan ketiga ( Sudjiman dalam Ruslan, 2016: 93).

d. Latar

Sudjiman (dalam Ruslan, 2016:93) mengungkapkan cakupan latar dalam cerita fiksi yang meliputi penggambaran lokasi geografis, pemandangan, perincian perlengkapan sebuah ruangan, pekerjaan atau kesibukan sehari-hari para tokoh, waktu berlakunya kejadian, masa sejarahnya, musim terjadinya sebuah tahun, lingkungan agama, moral, intelektual, sosial, dan emosional para tokoh.

Penggunaan latar juga berfungsi untuk menggambarkan tokoh, suasana atau atmosfer, alur, atau tema ceritanya. *Storyline* dalam animasi



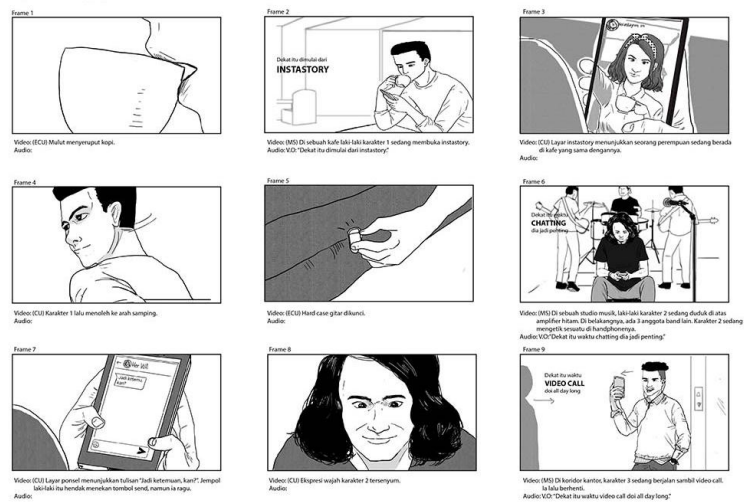
biasanya ditampilkan dalam segmen-segmen tertentu dan dengan memakai penjelasan-penjelasan (Ruslan, 2016: 94).

Cut (Slide)	Storyline (Alur Cerita)	Aset Visual (Gambar)	Narasi (Voice Over) dan Musik ilustrasi	Perkiraan Durasi
1.	Opening Title	<b>Teks:</b> 1. Induksi Elektromagnetik <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi	Musik Instrumental	20 detik
2.	Menu utama	<b>Teks:</b> 1. Menu 2. Tentang 3. Informasi 4. Soal 5. Materi <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi	Musik Instrumental	20 detik
3.	Tentang	<b>Teks:</b> 1. Tentang 2. (Data diri) <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi 2. Foto 1 3. Foto 2 4. Foto 3	Musik Instrumental	35 detik
4.	Informasi	<b>Teks:</b> 1. Kompetensi Inti 2. Kompetensi Dasar 3. Indikator 4. Tujuan <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi	Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu' alaikum, wr, wb. Kembali lagi bersama kami pada materi induksi elektromagnetik. Berikut Kompetensi Inti, Kompetensi Dasar, Indikator dan Tujuan Pembelajaran	40 detik
5.	Kompetensi Inti	<b>Teks:</b> 1. Kompetensi inti 2. (KI-1 s.d KI-4) <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi	Rumusan dari kompetensi inti yaitu berisi tentang kompetensi sikap spiritual, sikap sosial, pengetahuan, dan keterampilan.	30 detik
6.	Kompetensi Dasar	<b>Teks:</b> 1. Kompetensi Dasar 2. KD 3.3 3. KD 4.3 <b>Gambar:</b> 1. Logo instansi	Adapun Kompetensi Dasar dari materi pembelajaran ini yaitu 3.3 Menganalisis fenomena induksi elektromagnetik dalam kehidupan sehari-hari 4.3 Melakukan percobaan tentang induksi elektromagnetik berikut presentasi hasilnya dalam kehidupan sehari-hari	50 detik
7.	Indikator Pembelajaran	<b>Teks:</b> 1. Indikator	Indikator pembelajaran: 1. Menjelaskan konsep	60 detik

Gambar 17. Contoh *Storyline*  
(Sumber Gambar : www.scribd.com)

## B.6. *Storyboard*

*Storyboard* merupakan penuangan gambar terhadap cerita dasar visual yang akan menjadi basis animasi. Secara garis besar proses ini menampilkan gambar cerita dari sebuah teks menjadi visual dengan tampilan-tampilan pandangan seperti pengambilan sudut pandang tampilan. Umumnya, elemen dalam *storyboard* harus dapat menjelaskan bagian-bagian dan informasi terhadap gambar, seperti tampilan berikut ini (Ruslan, 2016:100).



Gambar 18. Contoh *Storyboard*  
(Sumber Gambar : studioantelope.com)

- Scene*, pada scene ini sebagai informasi tentang adegan keberapa dalam animasi tersebut.
- Frame*, waktu pergerakan yang ditampilkan jarang sekali menggunakan waktu (*time*), selain dapat menimbulkan kebingungan, karena penggunaan time juga tergantung frame per detikanya.
- Shoot*, elemen ini membicarakan bagaimana pergerakan gambar atau pengambilan gambar yang akan dianimasikan.
- Voice Over (VO)*, sebagai informasi apakah ada suara ucapan atau kata-kata yang diberikan oleh subjek dalam satu adegan dan pengambilan gambar tersebut.
- Musik/*backsound*, informasi apakah ada penggunaan musik atau *backsound* dalam satu adegan atau pengambilan gambar tersebut.

### B.6.1. *Angle Storyboard*

Ruslan (2016:102) mengungkapkan *storyboard* pada dasarnya menampilkan *angle* atau posisi kamera dan adegan visualisasi sketsa atau gambar yang dibuat, sehingga beberapa bentuk *angle* atau posisi kamera adalah sebagai berikut :

- Ultra-Wide shot*, dapat juga dikatakan *extreme wide shot*, *very wide shot*, *extreme long shot* yang menunjukkan lingkungan dimana subjek berada

untuk membangun latar, suasana dalam cerita yang memperlihatkan sudut pandang lebar sehingga penonton dapat mencermati tentang daerah tertentu.



Gambar 19. Contoh *Ultra-Wide shot*  
(Sumber Gambar : kinibisa.com)

- b. *Wide shot*, atau *long shot* sebagai teknik tampilan keseluruhan tubuh tanpa ada potongan pada bagian-bagian tubuh tersebut, dan juga memperlihatkan wilayah atau suasana berbeda.



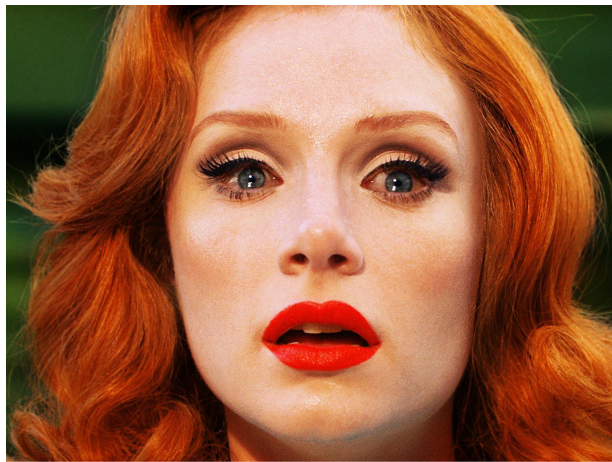
Gambar 20. Contoh *Wide shot*  
(Sumber Gambar : kinibisa.com)

- c. *Mid shot*, merupakan pengambilan gambar lebih dekat ke subjek yang ingin menunjukkan sedikit detailnya seperti ekspresi, lakuan, atau interaksinya.



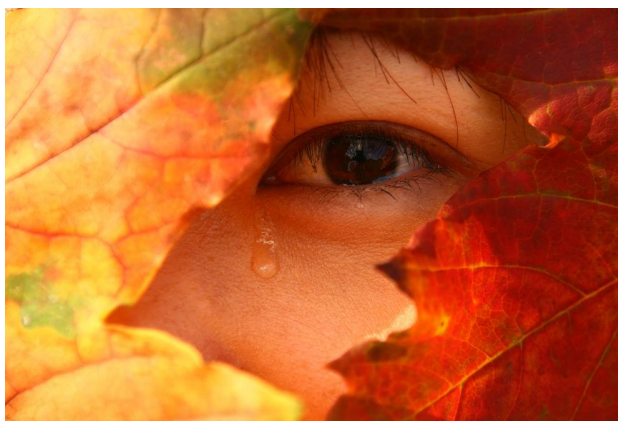
Gambar 21. Contoh *Mid shot*  
(Sumber Gambar : kinibisa.com)

- d. *Close-Up*, teknik ini mengambil gambar lebih sempit dibandingkan sebelumnya dengan batasan-batasan yang sedikit, biasanya dalam pengambilan *close-up* ini memperlihatkan bagian kepala sampai bahu saja, yang berujuan untuk menampilkan detailnya saja.



Gambar 22. Contoh *Close-Up*  
(Sumber Gambar : kinibisa.com)

- e. *Extreme Close-Up*, teknik ini menampilkan gambar yang begitu detail, dengan layar penuh sehingga gambar-gambar yang ditampilkan dapat menjelaskan tentang kejadian secara lebih detail.



Gambar 23. Contoh *Extreme Close-Up*  
(Sumber Gambar : kinibisa.com)

### B.6.2. Pergerakan Kamera *Storyboard*

Dalam pembuatan *storyboard* utamanya teknik pengambilan gambar bukan hanya posisi saja yang perlu diperhatikan melainkan pergerakan kamera yang sama pentingnya untuk menjadi patokan pergerakan gambar. Menurut Ruslan (2016:103-104) pergerakan kamera juga terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

- a. Gerak dalam *Frame* Tak Bergerak (*Fixed Shot*), merupakan pengambilan sebuah pergerakan subjek dengan kamera atau tampilan yang tak bergerak.
- b. Gerak *Pan* (*Panning*), pengambilan yang biasanya digunakan sebagai fokus terhadap subjek yang ingin menampilkan suasana atau emosinya. Kamera pan ini merupakan kamera yang bergerak seperti halnya pergerakan kepala dan mata manusia.
- c. *Zoom Shot*, merupakan tampilan pandangan kepada seseorang makin mendekat atau makin menjauh. Secara umum, *zoom shot* ini merupakan pergerakan yang memberikan fokus ke non-fokus atau sebaliknya, dan kadang kala pada pengambilan ini ingin memberikan dimana subjek berada atau detail lebih lengkap kepada subjek.
- d. *Dolly/Crane Shot* atau Gerak Mobil, secara esensi, pada pergerakan ini adalah kombinasi antara kamera *pan* dan *zoom shot* yang digerakan oleh alat yang bergerak (*mobile*) sehingga memungkinkan bagian-bagian

pandangan yang tidak terlihat dapat ditampilkan secara keseluruhan dan efektif untuk dibaca penontonnya.