

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi kampanye ini dirancang untuk menyampaikan pesan larangan penggunaan handphone saat berkendara secara efektif kepada masyarakat melalui media sosial Instagram. Kampanye menggunakan pendekatan visual berupa animasi 2 dimensi yang ditayangkan dalam format video Instagram dan Reels, dengan harapan mampu menjangkau kalangan pengguna media sosial yang aktif dan rentan melakukan pelanggaran lalu lintas.

Tujuan utama dari strategi komunikasi ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya menggunakan ponsel saat mengemudi, mendorong perubahan perilaku menjadi lebih disiplin, serta memperkuat citra Polsek Pondok Aren sebagai institusi yang tidak hanya menindak, tetapi juga mengedukasi secara aktif.

Pesan utama kampanye disampaikan dalam gaya bahasa yang sederhana dan menyentuh emosi, seperti “Satu detik main HP bisa menghancurkan hidupmu” atau “Nyawa nggak bisa dibalas dengan pesan singkat.” Pesan-pesan ini dikemas dalam cerita pendek yang mudah dipahami, menyentuh sisi kemanusiaan, dan dapat dihubungkan langsung dengan pengalaman sehari-hari masyarakat.

Strategi komunikasi ini menggunakan pendekatan informatif dan persuasif secara bersamaan. Di satu sisi, masyarakat diberikan data dan informasi hukum terkait larangan ini, namun di sisi lain, mereka juga diajak untuk merenung melalui narasi visual yang emosional dan mengandung pesan moral. Dengan menggunakan format animasi yang ringan, konten ini menjadi lebih mudah diterima, terutama oleh kalangan muda.

Instagram dipilih sebagai media utama karena platform ini memiliki fitur visual yang sangat mendukung penyebaran pesan kampanye, seperti Reels, Stories, dan Feed. Setiap konten akan disertai tagar kampanye yang konsisten, seperti #StopHPanSaatNyetir dan #AmanBerkendara, serta disebarluaskan

melalui kerja sama dengan komunitas lokal, sekolah, dan influencer wilayah Pondok Aren.

Kesuksesan strategi komunikasi ini akan diukur melalui tingkat keterlibatan publik terhadap konten (seperti jumlah views, like, share, dan komentar), peningkatan kesadaran terhadap aturan lalu lintas, serta sejauh mana masyarakat menunjukkan perubahan sikap dalam menggunakan ponsel saat berkendara.

Dengan pendekatan yang menyentuh, konsisten, dan relevan, strategi komunikasi ini diharapkan mampu menyampaikan pesan keselamatan lalu lintas secara lebih kuat dan berkelanjutan melalui saluran media sosial yang dekat dengan kehidupan masyarakat.

4.2 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning

Dalam perancangan kampanye komunikasi visual, khususnya yang berbasis media animasi 2 dimensi, pendekatan STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning) menjadi salah satu strategi penting untuk memastikan pesan dapat disampaikan secara tepat sasaran. STP membantu menentukan siapa yang akan menerima pesan kampanye, bagaimana karakteristik mereka, serta bagaimana posisi karya dibangun untuk menjawab kebutuhan dan kebiasaan audiens yang dituju.

4.2.1 Segmentasi

Segmentasi merupakan proses pengelompokan audiens berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan kampanye. Segmentasi pada kampanye ini dilakukan berdasarkan variabel demografis, psikografis, dan perilaku, sebagai berikut:

a. Segmentasi Demografis:

Kampanye ini menasar kelompok usia 18 hingga 30 tahun, yang umumnya berada dalam fase usia produktif, memiliki mobilitas tinggi, dan sering beraktivitas di luar rumah, baik untuk keperluan pekerjaan,

pendidikan, maupun sosial. Mereka juga termasuk dalam kelompok usia yang paling aktif menggunakan kendaraan pribadi, seperti sepeda motor dan mobil.

b. Segmentasi Psikografis:

Audiens dalam rentang usia ini cenderung memiliki ketertarikan terhadap media visual yang dinamis, seperti animasi, serta menunjukkan respons positif terhadap konten digital yang komunikatif, singkat, dan mengandung unsur emosional maupun reflektif.

c. Segmentasi Perilaku:

Kelompok ini juga dikenal memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan smartphone dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, mereka memiliki kecenderungan untuk tetap terhubung secara digital bahkan saat berkendara, sehingga rentan terhadap risiko penggunaan handphone saat mengemudi.

4.2.2 Targeting

Berdasarkan segmentasi yang telah diidentifikasi, kampanye ini menargetkan generasi muda usia 18–30 tahun sebagai target utama. Kelompok ini dipilih karena selain berada dalam usia aktif berkendara, mereka juga memiliki keterikatan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi dan konsumsi konten digital berbasis animasi.

Strategi targeting dilakukan dengan memilih media sosial sebagai saluran distribusi utama, khususnya platform Instagram dan YouTube yang paling sering digunakan oleh kelompok usia tersebut. Dengan pemanfaatan animasi 2 dimensi, kampanye ini dirancang agar mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat serta menyampaikan pesan secara emosional tanpa kesan menggurui.

4.2.3 Positioning

Positioning adalah upaya membangun citra dan persepsi terhadap kampanye di benak audiens. Dalam karya ini, kampanye diposisikan sebagai

konten edukatif yang relevan dan emosional, serta menyampaikan pesan keselamatan berkendara melalui media animasi yang modern dan mudah dicerna.

Animasi dengan judul “Handphone atau Nyawa” ditempatkan sebagai pengingat visual yang menyentuh, dengan menghadirkan narasi yang dekat dengan realitas keseharian masyarakat urban. Tanpa menggunakan voice-over, namun dengan kekuatan visual dan teks yang reflektif, kampanye ini ingin dikenali sebagai bentuk edukasi keselamatan yang menyentuh, mengingatkan, dan mengajak, bukan hanya menginformasikan.

Dengan pendekatan ini, kampanye diharapkan mampu membangun koneksi emosional dengan target audiens, serta memposisikan diri sebagai konten yang tidak hanya layak ditonton, tetapi juga layak untuk dibagikan dan dijadikan bahan refleksi bersama.

4.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berhubungan dengan perancangan kampanye animasi 2 dimensi berjudul “Handphone atau Nyawa”. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi internal dan eksternal dari karya serta sebagai landasan strategi pengembangan kampanye ke depannya.

4.3.1 Strength (Kekuatan)

- a. Penggunaan alur maju-mundur dengan ending twist memberikan daya tarik naratif yang kuat dan menyentuh emosi penonton.
- b. Gaya visual yang semi-realistis dapat diterima oleh berbagai kalangan dan tidak terbatas usia atau gender.
- c. Mengandalkan kekuatan teks dan visual menjadikan karya ini lebih ringan secara produksi namun tetap kuat secara penyampaian pesan.
- d. Mengangkat isu keselamatan berkendara yang aktual dan berdampak langsung pada kehidupan masyarakat.

4.3.2 Weaknesses (Kelemahan)

- a. Karena media animasi umumnya singkat, penyampaian pesan harus padat dan efektif, berisiko membuat pesan kurang dalam jika tidak ditangani secara tepat.
- b. Tidak menggunakan narasi suara bisa membuat sebagian audiens yang lebih terbiasa dengan konten bercerita menjadi kurang terhubung secara emosional.
- c. konten akan lebih optimal jika didukung oleh institusi seperti kepolisian atau media lokal.

4.3.3 Opportunities (Peluang)

- a. Adanya respons positif dari pihak kepolisian membuka peluang kolaborasi distribusi dan promosi kampanye melalui kanal resmi.
- b. Audiens usia 18–30 tahun sangat aktif di media sosial dan cenderung lebih tertarik pada konten animasi digital.
- c. Animasi ini dapat diadaptasi untuk platform lain seperti YouTube Shorts, bahkan videotron atau edukasi di sekolah.
- d. Kampanye keselamatan lalu lintas umumnya menggunakan media konvensional; pendekatan animasi digital menawarkan inovasi baru.

4.3.4 Threats (Ancaman)

- a. Banyaknya konten hiburan dan promosi lain dapat membuat pesan kampanye terselip atau tidak menonjol.
- b. Jika tidak didukung dengan strategi distribusi dan promosi yang tepat, pesan kampanye berisiko tidak menjangkau target audiens secara optimal.
- c. Sebagian orang dewasa masih menganggap animasi bukan media serius untuk isu keselamatan, sehingga perlu strategi visual yang lebih dewasa dan relevan.

4.4 Analisa Model 5W+1H

Untuk menunjang perencanaan kampanye animasi 2 dimensi berjudul “*Handphone atau Nyawa*”, berikut ini adalah pemetaan analisis berdasarkan pendekatan 5W + 1H yang mencakup unsur-unsur penting dalam proses komunikasi dan distribusi karya.

4.4.1 What (Apa)

Karya ini merupakan sebuah kampanye edukatif dalam bentuk animasi 2 dimensi yang mengangkat isu larangan penggunaan handphone saat berkendara. Animasi ini dirancang untuk menyampaikan pesan keselamatan lalu lintas melalui pendekatan visual naratif yang emosional dan reflektif, dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya distraksi saat mengemudi.

4.4.2 Why (Mengapa)

Penggunaan handphone saat berkendara merupakan salah satu faktor utama penyebab kecelakaan lalu lintas, khususnya di kalangan usia produktif. Banyak pengendara masih menganggap sepele tindakan ini. Oleh karena itu, kampanye ini bertujuan mengajak masyarakat untuk berpikir ulang dan lebih peduli terhadap keselamatan diri maupun orang lain, dengan menyajikan pesan melalui media yang lebih menarik dan komunikatif.

4.4.3 Who (Siapa)

Target audiens dari kampanye ini adalah individu berusia 18–30 tahun, yaitu kelompok usia yang aktif menggunakan kendaraan pribadi dan memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan handphone serta media sosial. Selain itu, kampanye ini juga menyasar pengguna kendaraan roda dua dan roda empat, baik pelajar, mahasiswa, pekerja, maupun pengemudi transportasi daring.

4.4.4 Where (Di mana)

Kampanye ini direncanakan akan dipublikasikan melalui media sosial, seperti Instagram dan YouTube. dengan potensi didistribusikan pula melalui akun resmi kepolisian seperti Polsek Pondok Aren. Selain itu, animasi juga dapat

digunakan dalam kegiatan sosialisasi di sekolah, kampus, atau videotron jika ada kerja sama dengan instansi terkait.

4.4.5 When (Kapan)

Kampanye ini ditujukan untuk dipublikasikan setelah proses produksi animasi selesai dan telah mendapat persetujuan dari pihak yang berwenang. Waktu peluncuran yang disarankan adalah saat peringatan Hari Lalu Lintas, Bulan Keselamatan Nasional, atau menjelang musim mudik, karena pada momen-momen tersebut tingkat mobilitas masyarakat tinggi dan isu keselamatan menjadi lebih relevan.

4.4.6 How (Bagaimana)

Kampanye dilakukan melalui penyebaran animasi 2 dimensi berdurasi singkat (1–2 menit) yang disusun berdasarkan alur cerita maju-mundur. Visual dan teks dalam animasi dirancang untuk menyampaikan pesan tanpa narasi suara, namun tetap menyentuh secara emosional. Konten didesain agar mudah dibagikan ulang (shareable) dan diiringi dengan caption/tagline yang kuat untuk memperluas jangkauan pesan di platform digital.

4.5 Proses Tahapan Perancangan Animasi

4.5.1 Sinopsis Cerita

Konsep karya akan menggunakan animasi 2 dimensi dengan alur cerita maju mundur yang berjudul “Handphone atau Nyawa” di dalam animasi akan menceritakan dua orang yang akan menggunakan handphone saat berkendara mobil dan motor, namun pengendara motor dan mobil hampir bertabrakan dan mengalami kecelakaan ketika mereka berusaha menghindari dan menabrak pembatas jalanan, lalu mereka mengalami koma di rumah sakit, tetapi kemudian alur cerita menjadi mundur ketika itu semua hanya bayangan para pengendara mobil dan motor sebelum mereka akan menggunakan handphone ketika mereka akan berkendara.

4.5.2 Storyline

Animasi edukatif berjudul “Handphone atau Nyawa” mengangkat narasi yang dibangun dengan alur maju-mundur (non-linear) untuk menggambarkan dampak fatal dari penggunaan handphone saat berkendara. Cerita dibuka dengan situasi keseharian yang tampak normal, namun perlahan berkembang menjadi gambaran tragis yang berujung pada kesadaran dan perubahan keputusan.

Cerita diawali dengan suasana pagi hari yang tenang. Kedua tokoh utama, seorang pengendara motor dan seorang pengendara mobil diperlihatkan melalui tampilan layar terpisah yang menunjukkan aktivitas mereka bangun dari tempat tidur karena suara alarm yang berbunyi. Setelah itu, penonton diperlihatkan rutinitas pagi masing-masing tokoh, mulai dari menyikat gigi, mengenakan pakaian kerja, hingga sarapan sederhana di rumah.

Transisi kemudian masuk ke adegan ketika kedua tokoh bersiap berangkat kerja. Mereka sama-sama terlihat memegang handphone sembari membuka pintu rumah, mengenakan jaket, dan bersiap menaiki kendaraan masing-masing—tokoh pertama dengan sepeda motor, tokoh kedua dengan mobil pribadi. Secara paralel, penonton melihat bahwa kedua tokoh terlihat aktif menggunakan handphone bahkan saat sudah berada di atas kendaraan, memperlihatkan ketidaksadaran akan risiko yang sedang mereka lakukan.

Saat kendaraan mulai melaju, diperlihatkan bahwa keduanya terus melihat layar handphone mereka. Adegan ini diselingi dengan tampilan percakapan di layar handphone, berupa chat yang mengonfirmasi bahwa keduanya sebenarnya saling mengenal dan sedang berdiskusi mengenai jadwal meeting kerja. Percakapan digital ini memperkuat pesan bahwa aktivitas yang terlihat “sepele” atau “produktif” tetap bisa menjadi distraksi yang berbahaya di jalan.

Visualisasi timer mulai muncul di bagian atas layar, menunjukkan waktu penggunaan handphone selama berkendara, dari 10 detik, 30 detik, hingga hampir 60 detik. Di waktu yang bersamaan, kecepatan kendaraan meningkat, lalu lintas menjadi lebih padat, dan visual memperlihatkan situasi di sekitar mereka menjadi

semakin tidak terkendali. Kamera menyorot momen krusial ketika keduanya hampir kehilangan kendali, lalu secara dramatis terjadi tabrakan hebat antara motor dan mobil.

Setelah benturan tersebut, adegan langsung berpindah ke ruang rumah sakit, di mana kedua tokoh terlihat terbaring tak sadarkan diri di atas ranjang rumah sakit dalam posisi yang mirip seperti ketika mereka bangun tidur di awal cerita. Ruangan digambarkan suram dan sepi, memperkuat kesan trauma dan keterlambatan menyadari risiko.

Namun, di tengah keheningan, suara nada dering telepon terdengar dari kejauhan. Suara ini menjadi elemen pemicu bahwa apa yang baru saja terlihat sebenarnya bukan kejadian nyata, melainkan bayangan atau halusinasi dalam pikiran para tokoh sebelum mereka benar-benar mulai berkendara. Mereka kemudian “tersadar” dan adegan kembali ke situasi ketika keduanya masih berdiri di depan rumah masing-masing, tepat sebelum menyalakan mesin kendaraan.

Dengan ekspresi terkejut dan sadar diri, kedua tokoh menyimpan handphone mereka ke dalam tas, pengendara motor ke dalam tas punggung, pengendara mobil ke dalam tas selempang. Mereka kemudian mulai berkendara dengan penuh konsentrasi, tanpa menggunakan handphone, hingga akhirnya tiba di tempat kerja dan bertemu dengan selamat. Pertemuan ini menjadi penegasan bahwa pilihan sederhana untuk tidak menggunakan handphone saat berkendara dapat mencegah risiko besar dan menyelamatkan nyawa.

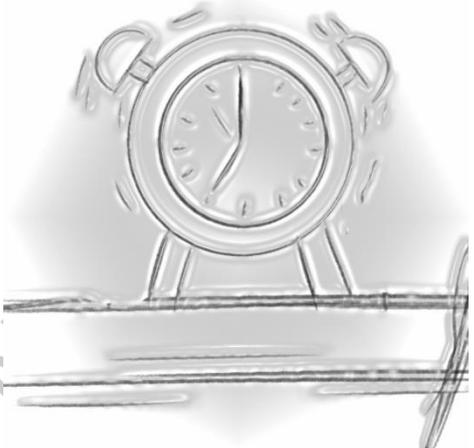
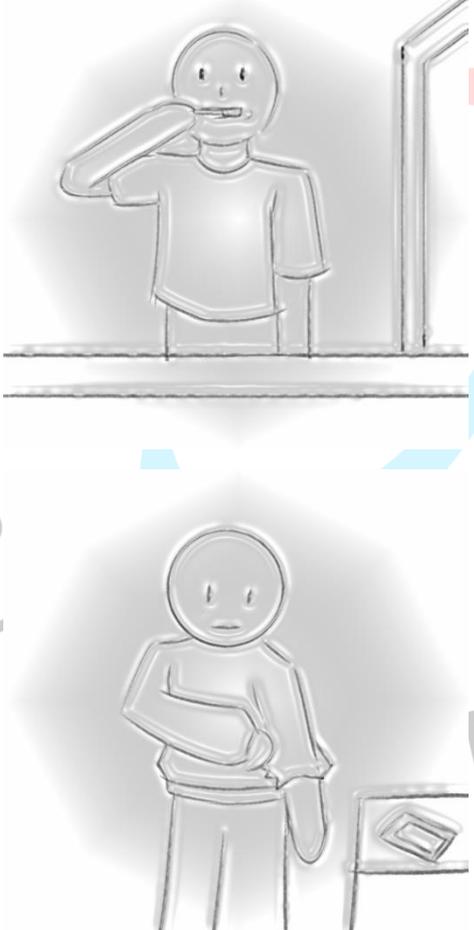
Cerita ditutup dengan tampilan teks ajakan dan kutipan pasal Undang-Undang Lalu Lintas sebagai penguatan pesan edukatif. Transisi dari nuansa kelabu menuju tone visual yang cerah menggambarkan peralihan dari potensi bahaya menuju kesadaran dan keselamatan.

4.5.3 Shootlist

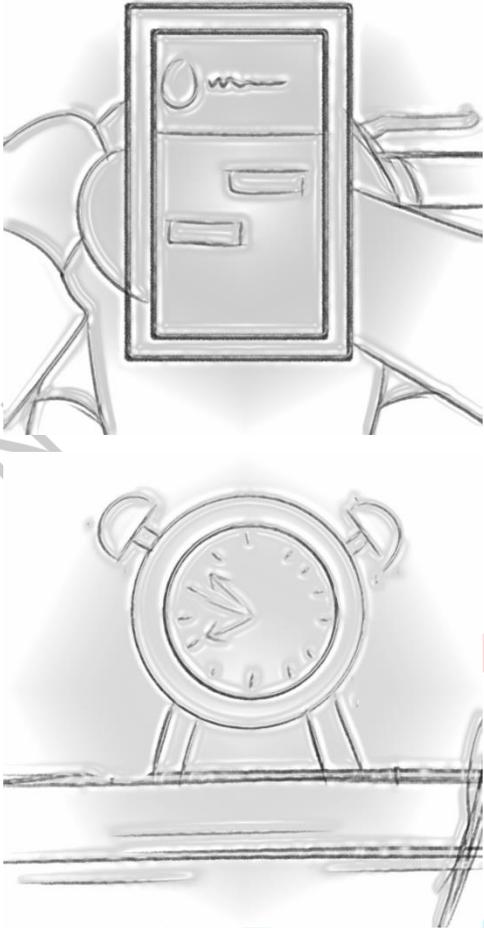
No.	Deskripsi Adegan / Aksi	Jenis Shot	Angle	Durasi	Keterangan Tambahan
1	Dua karakter bangun tidur karena alarm	Wide shot	Eye level	4 detik	Cahaya pagi, suara alarm
2	Menyikat gigi, sarapan, ganti baju	Medium shot	Eye level	5 detik	Gerakan cepat, rutinitas pagi
3	Keluar rumah sambil lihat HP, siap berangkat	Medium shot	Side view	5 detik	Split screen tetap digunakan
4	Naik kendaraan sambil main HP	Close-up	Over shoulder	6 detik	Fokus pada tangan & ekspresi
5	Tampilan percakapan chat	Cut-in shot	POV	4 detik	Chat meeting kerja, putih bersih
6	Timer digital: 00:10, 00:30, 00:45	Overlay grafis	Static	3 detik	Efek detik berjalan
7	Kendaraan melaju cepat	Wide tracking shot	Rear angle	4 detik	Lalu lintas makin padat
8	Tabrakan dramatis	Wide to close-up	Bird's eye + shaking	5 detik	Slow-motion, layar blur
9	Rumah sakit, dua tokoh koma	Medium close-up	High angle	4 detik	Suasana sunyi, detak jantung
10	Suara dering, sadar dari lamunan	Close-up	Eye level	3 detik	Cahaya meningkat, transisi
11	Kembali ke depan rumah	Wide shot (split screen)	Side view	4 detik	Ekspresi sadar, waktu berhenti
12	Menyimpan HP ke dalam tas	Medium shot	Low angle	3 detik	Musik reflektif mulai masuk
13	Fokus berkendara	Tracking shot	Rear view	3 detik	Jalanan cerah dan stabil
14	Sampai tempat kerja dan bertemu	Wide shot	Eye level	4 detik	Mereka saling menyapa
15	Teks kampanye akhir	Static shot	Centered	5 detik	Montserrat, "Handphone atau Nyawa?"

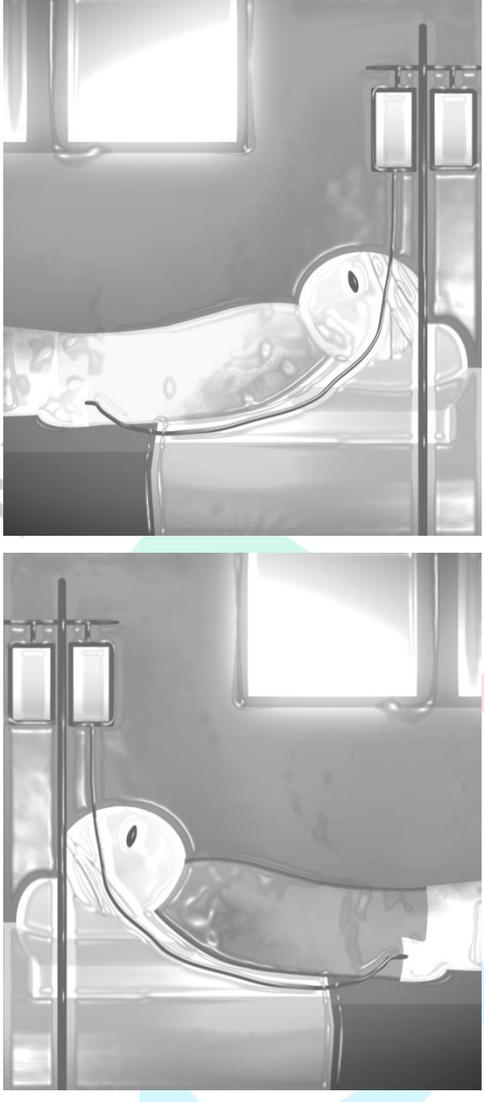
Tabel 4.1 Shootlist Animasi

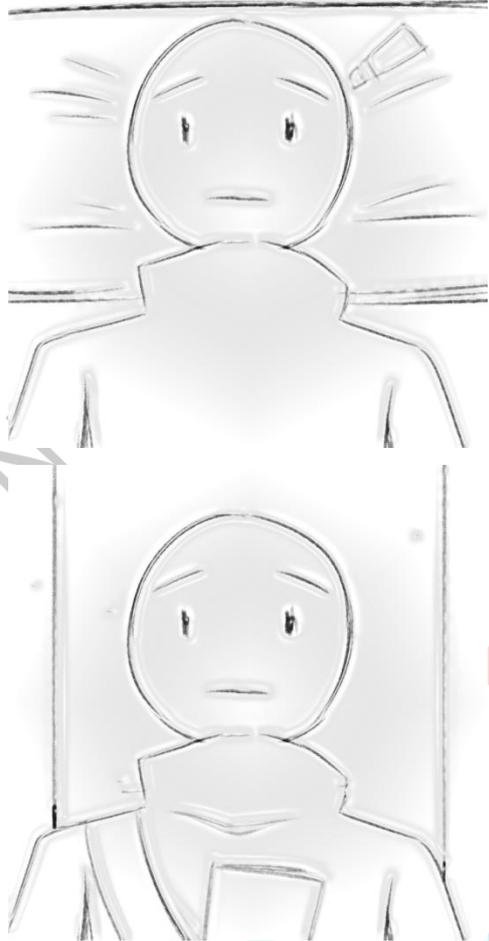
4.5.4 Storyboard

Adegan	Visual	Aksi
1.		Kedua karakter terbangun dari tidur, meraih alarm untuk mematikan alarm.
2.		Potongan-potongan adegan yang memperlihatkan karakter menyikat gigi, mengenakan jaket, sarapan singkat.

<p>3.</p>		<p>Karakter A keluar dari rumah, menggendong tas, mengenakan helm. Karakter B membuka pintu mobil sambil membawa tas selempang. Keduanya mulai membuka handphone dan membalas pesan sambil berjalan menuju kendaraan.</p>
<p>4.</p>		<p>Karakter A naik motor sambil menatap layar, karakter B duduk di mobil dan juga menunduk melihat HP. Kamera menyorot tangan dan ekspresi. Jari aktif mengetik di handphone.</p>

<p>5.</p>		<p>Layar chat terbuka di HP masing-masing karakter, mereka saling mengobrol tentang meeting kerja. Muncul timer digital: 00:10, lalu 00:30. Mobil dan motor mulai melaju cepat, namun mata mereka tetap fokus ke HP.</p>
<p>6.</p>		<p>Motor dan mobil kehilangan kendali, tabrakan dengan keras. Slow-motion. Layar gelap.</p>

<p>7.</p>		<p>Karakter A dan B terbaring di ranjang rumah sakit dalam posisi mirip seperti saat bangun tidur. Ruangan sepi, lampu putih kebiruan. Tidak bergerak. Monitor detak jantung berdetak lemah.</p>
<p>8.</p>		<p>Kamera mendekat ke wajah karakter B yang perlahan membuka mata, terdengar suara dering HP samar. Cahaya terang muncul dari sisi layar.</p>

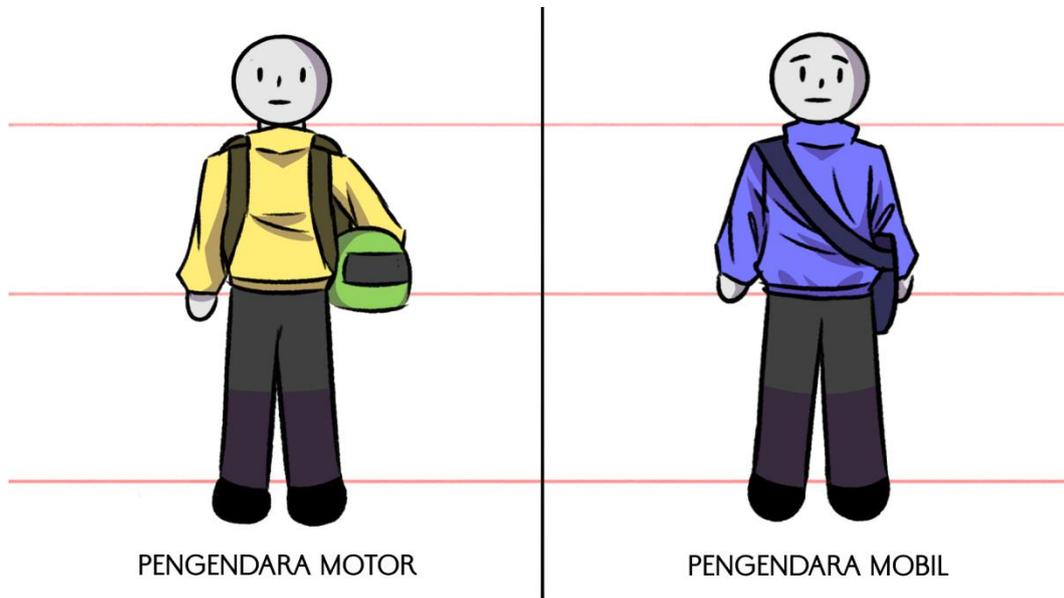
<p>9.</p>		<p>Karakter tampak kaget. Adegan bergeser cepat ke visual saat mereka masih di depan rumah.</p>
<p>10.</p>		<p>Karakter A dan B berdiri di depan rumah masing-masing, HP masih di tangan. Mereka kemudian melihat ke layar penonton lalu perlahan memasukkan HP ke dalam tas. Gerakan lambat, simbol refleksi dan keputusan.</p>

		
11.		<p>Karakter A dan B mengendarai tanpa menggunakan handphone. Keduanya bertemu di depan gedung kantor. Mereka saling sapa dan tersenyum lega, tidak ada HP di tangan.</p>

		
<p>Penutup</p>		<p>Visual: Latar gelap, muncul teks:</p> <p>“Dilarang menggunakan handphone saat berkendara.” (Pasal 283 UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan) “Handphone atau Nyawa?”</p>

Tabel 4.2. Konsep dan Alur Cerita Karya

4.5.5 Studi Karakter

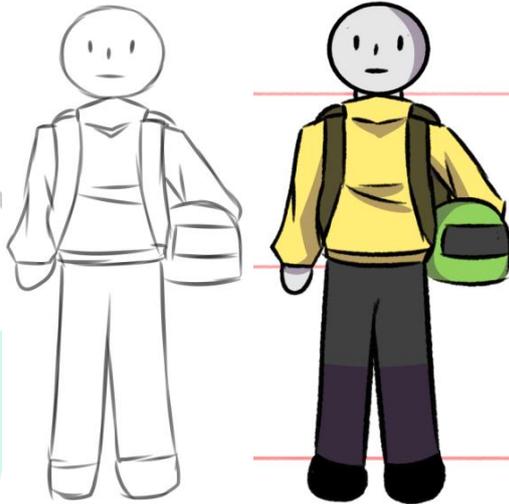


Gambar 4.1. Karakter Pengemudi Motor dan Mobil

Desain karakter dalam animasi *“Handphone atau Nyawa”* dirancang dengan pendekatan semi-abstrak dan netral secara identitas, untuk memastikan bahwa tokoh-tokoh yang ditampilkan dapat merepresentasikan siapa saja tanpa terikat pada atribut gender, ras, atau latar belakang sosial tertentu. Perancangan karakter ini menjadi salah satu elemen penting yang mendukung kampanye agar terasa inklusif, universal, dan dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Karakter tetap mempertahankan bentuk dasar yang sederhana seperti kepala bulat, tangan tanpa jari, serta ekspresi wajah yang digambarkan hanya melalui garis-garis dasar, namun kini diperkuat dengan elemen kostum dan aksesoris untuk memperjelas peran serta membangun nuansa naratif yang lebih kuat.

Terdapat dua karakter utama dalam animasi ini:

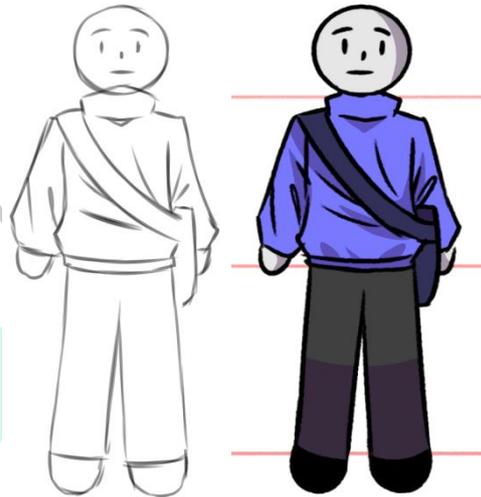
1. Pengendara Motor (Karakter Berjaket Kuning)



Gambar 4.2 Pengendara Motor

- a. Menggunakan jaket longgar berwarna kuning, yang memberikan kesan aktif, penuh kewaspadaan, dan sebagai simbol keterlibatan dalam aktivitas harian yang dinamis.
- b. Membawa tas ransel berwarna kuning tua yang merepresentasikan mobilitas tinggi, dan mengenakan helm berwarna hijau sebagai simbol dari keselamatan berkendara.
- c. Warna kulit abu-abu dipilih untuk meniadakan representasi rasial.
- d. Tidak memiliki alis atau ekspresi wajah detail karena wajah tertutup oleh helm, namun gerakan tubuh dan postur digunakan untuk menyampaikan emosi seperti ketegangan atau refleksi.
- e. Mengenakan sepatu hitam netral sebagai bagian dari tampilan yang umum dan tidak mencolok.

2. Pengendara Mobil (Karakter Berjaket Biru)



Gambar 4.3 Pengendara Mobil

- a. Menggunakan jaket longgar berwarna biru, yang memberi kesan formal, tenang, dan bertanggung jawab.
- b. Membawa tas selempang biru tua, sebagai penyeimbang visual dan penanda karakter sebagai pekerja atau individu dalam aktivitas rutin.
- c. Warna kulit sama, yaitu abu-abu muda untuk menjaga konsistensi karakter.
- d. Memiliki alis sebagai elemen ekspresi untuk menunjukkan keterkejutan, kebingungan, atau kesadaran saat menggunakan handphone di dalam mobil.
- e. Tidak menggunakan detail wajah berlebihan, melainkan cukup garis-garis ekspresif untuk mata, mulut, dan gerakan kepala sebagai alat ekspresi.
- f. Sama-sama memakai sepatu hitam untuk menyatukan gaya dasar visual antar karakter.

Meskipun desain karakter bersifat sederhana, setiap elemen seperti warna, aksesoris, dan postur tubuh dirancang untuk menyampaikan identitas visual yang kuat, sekaligus mempermudah proses produksi animasi secara teknis. Bentuk tubuh disamarkan dengan penggunaan jaket longgar agar tidak menunjukkan ciri gender tertentu, sedangkan detail seperti helm atau tas memberikan konteks naratif tambahan yang relevan dengan peran dan situasi karakter.

Dengan desain karakter seperti ini, animasi tetap mempertahankan gaya visual yang mudah dianimasikan, namun secara fungsi tetap komunikatif, simbolik, dan empatik. Kesederhanaan bentuk tidak mengurangi kekuatan pesan, melainkan memperkuat pesan kampanye yang menekankan bahwa siapa pun, tanpa memandang identitas, bisa mengalami bahaya di jalan jika tidak fokus saat berkendara.

4.5.6 Studi Properti

Properti dalam animasi “Handphone atau Nyawa” memiliki peranan penting sebagai elemen visual pendukung yang memperkuat narasi, memperjelas konteks, serta menghadirkan nuansa realistis dalam setiap adegan. Meskipun bukan bagian dari karakter utama, properti-properti ini membantu menyampaikan pesan secara lebih efektif dan kontekstual. Berikut adalah beberapa properti utama yang digunakan dalam animasi:

1. Handphone

Handphone menjadi properti paling sentral dalam animasi ini karena menjadi simbol dari distraksi dan sumber bahaya dalam cerita. Digambarkan dalam bentuk persegi dengan layar terang dan animasi teks yang muncul saat karakter mengoperasikannya, handphone digunakan untuk menunjukkan aktivitas sehari-hari seperti membuka chat, melihat notifikasi, hingga menerima panggilan. Properti ini digunakan secara berulang untuk menekankan bahwa penggunaan handphone saat berkendara menjadi penyebab utama kecelakaan dalam cerita.

2. Tas

Terdapat dua jenis tas dalam animasi ini:

- a. Tas punggung berwarna kuning yang digunakan oleh pengendara motor.
- b. Tas selempang berwarna biru tua yang digunakan oleh pengendara mobil.

Tas tidak hanya berfungsi sebagai elemen penunjang identitas karakter, tetapi juga menjadi simbol keputusan bijak ketika kedua karakter memilih untuk menyimpan handphone mereka ke dalam tas sebelum berkendara. Gerakan menyimpan HP ke dalam tas menjadi momen reflektif yang menandai perubahan sikap dari tokoh.

3. Helm

Helm digunakan oleh karakter pengendara motor sebagai simbol keselamatan. Helm didesain berwarna hijau sebagai penanda visual yang kontras dan mencerminkan aspek keamanan dalam berkendara. Helm juga menjadi alasan mengapa karakter motor tidak memiliki ekspresi wajah secara penuh dalam visual, sehingga emosi lebih ditampilkan lewat bahasa tubuh.

4. Jam / Timer Digital

Visualisasi waktu ditampilkan dalam bentuk timer digital yang muncul secara overlay di layar animasi, terutama saat karakter sedang menggunakan handphone di jalan. Timer ini memperlihatkan waktu berjalan mulai dari 10 detik hingga 60 detik dan menjadi penguat visual bahwa dalam hitungan detik saja, bahaya bisa terjadi. Properti ini berfungsi sebagai pengingat visual yang kuat dan simbol urgensi.

5. Kendaraan

Kendaraan yang digunakan oleh masing-masing karakter sepeda motor dan mobil digambarkan dalam bentuk sederhana namun proporsional agar mudah dikenali. Properti kendaraan tidak hanya menjadi alat transportasi, tetapi juga ruang di mana konflik visual utama terjadi. Komposisi kendaraan di jalan raya juga berfungsi untuk membangun ketegangan dalam adegan menuju tabrakan.

4.6 Sinematografi

4.6.1 Editing

Dalam proses pasca-produksi (post-production), tahapan editing dilakukan untuk menggabungkan seluruh elemen visual, transisi adegan, serta penyempurnaan efek visual dan suara. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyusun keseluruhan adegan menjadi sebuah animasi yang utuh, komunikatif, dan sesuai dengan alur cerita yang telah dirancang.

Proses editing dilakukan menggunakan tiga perangkat lunak utama, yaitu:

1. MediBang Paint

Aplikasi ini digunakan sebagai media utama untuk membuat ilustrasi dan elemen grafis karakter serta latar (background). Dengan fitur layer yang lengkap dan antarmuka yang ringan, MediBang Paint memungkinkan perancang untuk menggambar dengan efisien, terutama untuk membuat karakter yang bersifat netral dan simbolis.

2. Adobe Photoshop (Timeline Animation)

Setelah ilustrasi dasar selesai, proses animasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur Timeline Animation di Adobe Photoshop. Melalui fitur ini, perancang menyusun gerakan gambar secara frame-by-frame (frame sequence), termasuk perubahan posisi, ekspresi karakter, dan pergerakan objek seperti kendaraan atau elemen latar.

Animasi dalam Photoshop dibuat secara manual dengan pendekatan tradisional 2 dimensi, di mana setiap perubahan gerak dirancang secara bertahap agar tetap sederhana namun komunikatif.

3. Adobe After Effects

Untuk tahap akhir, seluruh urutan animasi yang telah dibuat kemudian diolah di Adobe After Effects. Pada tahap ini, perancang menambahkan efek visual seperti transisi antar adegan, efek tabrakan, efek blur, serta pengaturan tone warna agar selaras dengan mood cerita. Adobe After Effects juga digunakan untuk memasukkan sound effect dan musik latar, serta mengatur timing audio secara presisi agar selaras dengan peristiwa visual.

- Kombinasi ketiga perangkat lunak ini memungkinkan terciptanya animasi edukatif berdurasi 1–2 menit yang memiliki kekuatan visual, keterpaduan elemen grafis, dan keselarasan audio-visual. Seluruh proses editing dilakukan secara mandiri dan berulang, dengan mempertimbangkan masukan dari dosen pembimbing, agar hasil akhir kampanye animasi dapat menyampaikan pesan secara efektif kepada target audiens.

4.6.2 Sound Effect

Dalam perancangan animasi “Handphone atau Nyawa”, tidak digunakan narasi suara (voice-over), sehingga penyampaian cerita sepenuhnya mengandalkan visual dan dukungan audio non-verbal berupa musik latar dan sound effect (SFX). Pemilihan sound effect dilakukan secara selektif untuk mendukung suasana, memperjelas aksi, dan membangun ketegangan maupun ketenangan dalam alur cerita. Seluruh efek suara diperoleh dari sumber terbuka (free sound effects) yang tersedia secara legal di platform seperti YouTube Audio Library, yang menyediakan suara tanpa hak cipta untuk penggunaan edukatif dan non-komersial. Penggunaan efek suara ini telah disesuaikan dengan konteks adegan dan waktu kemunculannya agar selaras dengan ritme visual animasi. Berikut adalah beberapa jenis sound effect yang digunakan dalam animasi ini:

1. Suara Alarm Pagi

Digunakan di awal animasi sebagai pembuka suasana pagi. Efek ini menandai aktivitas bangun tidur dari kedua karakter dan menjadi transisi dari kondisi tenang menuju rutinitas.

2. Suara Notifikasi dan Getaran Handphone

Efek suara ini muncul beberapa kali sepanjang animasi, menandakan masuknya pesan atau panggilan saat karakter menggunakan handphone. Suara ini menciptakan sensasi distraksi dan tekanan dalam situasi berkendara.

3. Suara Mesin Motor dan Mobil

- Digunakan untuk memberikan nuansa realistis saat kendaraan mulai bergerak. Efek ini juga menandai perubahan scene dari kondisi diam ke kondisi aktif.

4. Efek Lalu Lintas dan Suara Jalanan

Suara ambient dari kendaraan lain, klakson samar, dan suasana jalanan digunakan sebagai latar suara yang memperkuat setting kota dan membangun atmosfer kesibukan.

5. Efek Tabrakan

Digunakan pada adegan klimaks, efek ini berupa benturan keras dan suara pecahan yang mempertegas terjadinya kecelakaan. Ini menjadi titik puncak emosi yang didukung juga oleh visual slow-motion.

6. Suara Monitor Jantung (di Rumah Sakit)

Suara bip dari alat monitor jantung digunakan sebagai simbol kondisi kritis tokoh dan menciptakan suasana dramatis dan sunyi setelah tabrakan.

7. Efek Transisi Suara Dering HP

Suara dering muncul secara samar di bagian adegan flashback tersela (ketika karakter mulai sadar), sebagai elemen pemicu transisi dari bayangan menuju kenyataan.

8. Musik Latar Emosional

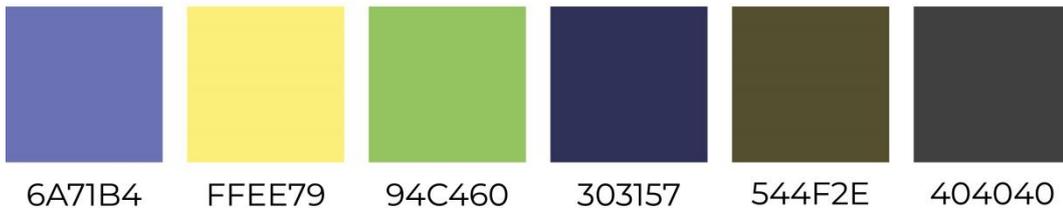
Selain efek suara, musik latar instrumental digunakan untuk mendukung perasaan cemas, reflektif, hingga lega. Musik ini berubah mengikuti alur cerita, dari suasana netral → tegang → tenang.

4.7 Moodboard

Handphone atau Nyawa?



Montserrat Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



Gambar 4.4 Moodboard Karya

4.8 Konsep Kreatif & Gaya Desain

Konsep kreatif dalam kampanye animasi “Handphone atau Nyawa” tidak hanya diwujudkan melalui narasi dan karakter, tetapi juga diperkuat secara visual melalui penerapan tone and manner yang dirancang untuk membangun suasana emosional yang mendukung isi cerita. Tone and manner dalam karya ini merujuk

pada pendekatan visual yang digunakan untuk menciptakan atmosfer, ritme emosi, dan persepsi penonton terhadap pesan yang disampaikan.

Secara umum, animasi ini mengadopsi tone warna yang netral dan suram pada sebagian besar adegan yang menggambarkan proses sebelum dan saat kecelakaan terjadi. Warna dominan seperti abu-abu, biru pudar, dan kuning kusam digunakan untuk memberikan kesan monoton, datar, dan tidak menyenangkan. Pemilihan palet warna ini dimaksudkan untuk menekankan suasana cemas, tidak fokus, dan berisiko tinggi yang dialami oleh kedua tokoh saat berkendara sambil menggunakan handphone.

Pada adegan klimaks, yaitu saat kecelakaan terjadi dan tokoh-tokoh ditampilkan dalam kondisi tidak sadar di rumah sakit, tone visual tetap mempertahankan warna-warna gelap dan redup. Efek ini mendukung kesan kehilangan, keterkejutan, dan penyesalan, serta memperkuat peralihan naratif ke bagian reflektif (flashback).

Namun, ketika alur cerita berbalik dan mengungkapkan bahwa kejadian tersebut hanyalah gambaran dalam benak tokoh, tone visual pun mengalami transformasi. Perubahan warna menjadi lebih cerah dan hidup, seperti biru muda, putih, dan hijau segar, digunakan sebagai simbol dari kesadaran, harapan, dan pilihan yang lebih baik. Transisi visual ini menjadi penanda perubahan sikap tokoh yang akhirnya memutuskan untuk menyimpan handphone sebelum berkendara, serta sebagai simbol dari jalan cerita yang berpindah dari kemungkinan buruk menuju keselamatan.

Dari segi manner atau gaya estetika, animasi ini mengadopsi pendekatan minimalis, semi-abstrak, dan simbolik. Elemen-elemen visual tidak ditampilkan secara detail atau realistis, melainkan cukup dengan bentuk-bentuk sederhana dan ekspresif untuk menyampaikan makna. Hal ini selaras dengan desain karakter stickman yang netral dan universal, serta memperkuat fokus pada isi pesan tanpa distraksi dari detail visual yang berlebihan.

Dengan kombinasi tone warna yang dinamis dan manner desain yang sederhana namun komunikatif, animasi ini dirancang untuk menyentuh aspek emosional penonton secara visual, sekaligus memperkuat narasi utama tentang pentingnya keselamatan berkendara. Transisi antara tone suram dan cerah dalam animasi ini juga digunakan sebagai penanda emosional dan moral, yang secara tidak langsung mengajak audiens untuk memilih “keselamatan” sebagai jalan terbaik.

4.9 Konsep Visual

Konsep visual merupakan perwujudan ide kreatif dalam bentuk elemen-elemen visual yang dirancang untuk mendukung penyampaian pesan kampanye secara efektif dan komunikatif. Dalam perancangan kampanye ini, konsep visual dirancang untuk menciptakan suasana emosional yang kuat serta mempertegas konsekuensi dari penggunaan handphone saat berkendara, melalui media animasi 2 dimensi yang bersifat naratif.

Dalam merancang animasi kampanye “Handphone atau Nyawa”, pendekatan visual didasarkan pada formula komunikasi AISAS (Attention – Interest – Search – Action – Share) yang umum digunakan dalam strategi komunikasi berbasis digital. Formula ini menggambarkan tahapan perilaku audiens saat menerima informasi, terutama melalui media sosial.

1. Attention (Menarik Perhatian)

Visual dibuka dengan adegan split screen dua karakter yang bangun tidur secara bersamaan. Komposisi dua layar, warna kontras (biru dan kuning), serta efek suara alarm digunakan untuk menarik perhatian sejak detik pertama. Pemilihan judul “Handphone atau Nyawa” juga dirancang sebagai pertanyaan reflektif yang langsung memancing rasa penasaran audiens.

2. Interest (Menumbuhkan Ketertarikan)

Setelah perhatian tertarik, visual terus mempertahankan minat dengan menyajikan rutinitas relatable (sikat gigi, sarapan, siap kerja), lalu masuk ke

konflik utama yaitu penggunaan handphone saat berkendara. Perubahan tone warna dari netral ke suram serta penggunaan visual timer digital menciptakan ketegangan yang menumbuhkan rasa ingin tahu.

3. Search (Mencari Informasi Lebih Lanjut)

Meski tidak secara langsung memuat tautan, animasi ini ditutup dengan kutipan hukum dari Pasal 283 UU LLAJ. Penyisipan informasi hukum di akhir animasi dirancang untuk mendorong penonton mencari tahu lebih lanjut tentang aturan hukum lalu lintas, terutama jika kampanye ini dipublikasikan melalui akun resmi Polsek atau media edukatif.

4. Action (Bertindak / Bereaksi)

Adegan klimaks berupa kecelakaan, diikuti oleh momen reflektif (flashback) dan keputusan kedua tokoh untuk menyimpan handphone, menjadi ajakan tidak langsung agar penonton turut mengambil tindakan nyata, yaitu berhenti menggunakan handphone saat berkendara.

5. Share (Berbagi Pesan)

Karena animasi ini dirancang untuk disebarakan melalui media sosial seperti Instagram, pesan akhir yang kuat dan gaya visual yang mudah dipahami memungkinkan audiens untuk membagikan konten ini kepada orang lain. Desain karakter netral juga meningkatkan kemungkinan diterima lintas gender dan usia.

Melalui penerapan formula AISAS, animasi ini tidak hanya menyampaikan pesan secara visual, tetapi juga mendorong interaksi dan partisipasi dari audiens sebagai bagian dari kampanye edukasi digital.

4.10 Konsep Verbal

Konsep verbal dalam karya kampanye ini berfungsi sebagai penguat pesan visual melalui penggunaan teks sebagai media penyampaian utama. Karena animasi ini tidak menggunakan narasi suara (voice-over), maka elemen verbal

dihadirkan secara visual dalam bentuk teks di layar, dialog tertulis, serta tagline dan pesan peringatan yang ditampilkan secara strategis pada adegan-adegan penting.

4.10.1 Tagline/Slogan

Dalam kampanye animasi “Handphone atau Nyawa”, digunakan tagline utama yang berbunyi “Handphone atau Nyawa?”. Tagline ini disusun sebagai kalimat tanya reflektif yang bersifat langsung, singkat, dan provokatif. Pemilihan kata “handphone” mewakili objek yang sering dianggap remeh, sedangkan “nyawa” merupakan simbol nilai tertinggi dari keselamatan manusia. Keduanya disandingkan untuk menunjukkan perbandingan yang ekstrem, sehingga membangun kontras logika dalam pikiran audiens.

- Penggunaan bentuk pertanyaan juga dimaksudkan untuk mendorong audiens melakukan refleksi pribadi dan memilih dengan kesadaran: apakah kenyamanan menggunakan handphone saat berkendara lebih penting daripada keselamatan jiwa.

Tagline ini muncul pada bagian akhir animasi sebagai penutup dan penegas pesan kampanye. Letaknya didesain berada di tengah layar dengan latar warna hitam dan huruf putih untuk menciptakan efek dramatis dan kesan serius. Dengan kalimat yang ringkas dan emosional, tagline ini diharapkan dapat melekat dalam ingatan audiens setelah menonton animasi.

4.10.2 Tipografi

Untuk mendukung penyampaian pesan verbal secara visual, tipografi yang digunakan dalam animasi ini adalah Montserrat, jenis huruf sans-serif modern yang bersifat netral, mudah dibaca, dan cocok digunakan dalam platform digital. Montserrat dipilih karena memiliki struktur huruf yang bersih, tegas, namun tetap estetis untuk keperluan edukasi publik.

Tipografi disesuaikan secara kontras dengan latar belakang untuk meningkatkan keterbacaan. Pada bagian akhir animasi, tagline ditampilkan

dengan ukuran besar dan huruf kapital untuk memperkuat pesan. Teks kutipan hukum ditulis dalam ukuran lebih kecil, namun tetap proporsional agar tidak mengurangi fokus visual.

Montserrat Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 4.5 Tipografi Montserrat

Melalui pendekatan tipografi yang tepat, kampanye ini mengedepankan keterbacaan (legibility) dan kekuatan visual, sekaligus membentuk identitas visual yang profesional dan komunikatif.

4.11 Konsep Perancangan (Layout & Komposisi)

Dalam perancangan animasi 2 dimensi “Handphone atau Nyawa”, layout dan komposisi visual memiliki peran strategis dalam membentuk alur cerita, mengarahkan perhatian penonton, serta memperkuat makna dari pesan yang disampaikan. Tata letak setiap elemen visual dirancang dengan pendekatan yang komunikatif dan terstruktur, menyesuaikan dengan momen emosional dan dinamika narasi yang ditampilkan di setiap adegan.

Layout dalam animasi ini menggunakan pendekatan frame berorientasi tengah (centered layout) pada sebagian besar adegan, terutama saat memperlihatkan ekspresi atau aksi karakter utama, untuk memberikan penekanan terhadap tindakan atau keputusan yang mereka ambil. Pada adegan pembuka, komposisi layar dibagi menjadi dua bagian (split screen) untuk memperlihatkan dua karakter yang berada di lokasi berbeda namun mengalami rutinitas serupa. Pembagian ini dirancang untuk membangun koneksi simultan antar dua tokoh sekaligus menciptakan irama visual yang seimbang.

Seiring berjalannya cerita, komposisi visual mengalami pergeseran dari simetris menjadi asimetris, terutama saat situasi menjadi lebih kacau (seperti saat kendaraan kehilangan kendali). Hal ini digunakan sebagai simbol dari ketidakseimbangan dan kondisi darurat yang dialami tokoh, serta memberi nuansa dinamis yang menegangkan.

Dalam penggunaan ruang, animasi ini mengoptimalkan ruang negatif (negative space) pada adegan-adegan yang menunjukkan kehampaan atau penyesalan, seperti pada saat tokoh terbaring di rumah sakit. Sebaliknya, ruang visual menjadi lebih padat dan aktif pada adegan yang menggambarkan kesibukan atau pergerakan cepat seperti saat berkendara sambil menggunakan handphone.

Teks visual (caption atau dialog) diletakkan secara strategis di area kosong atau bagian bawah frame, dengan ukuran dan kontras warna yang disesuaikan agar mudah dibaca namun tidak mengganggu fokus utama pada aksi karakter. Elemen visual lainnya seperti timer, arah pandang tokoh, dan arah gerak kendaraan juga dirancang untuk mengatur alur pandang penonton (eye tracking) dari satu elemen ke elemen lain secara natural.

Transisi dari alur flashback menuju kenyataan ditandai tidak hanya oleh perubahan tone warna, tetapi juga melalui perubahan layout—di mana sudut pandang kamera lebih statis dan simetris saat tokoh mengambil keputusan yang benar. Hal ini memberikan kesan kontrol dan ketenangan, sebagai simbol dari kesadaran dan pilihan yang lebih baik.

Dengan komposisi yang seimbang antara bentuk, warna, gerak, dan ruang, perancangan visual dalam animasi ini diharapkan mampu memperkuat storytelling sekaligus meningkatkan pengalaman visual penonton secara emosional dan informatif.

4.12 Penerapan Desain (Final Artwork)



Gambar 4.6 Screenshot Hasil Karya

Adegan ini merupakan salah satu cuplikan penting dalam animasi “Handphone atau Nyawa”, yang menggambarkan momen awal ketika dua tokoh utama, pengendara motor (berwarna kuning) dan pengendara mobil (berwarna biru) mulai berkendara sambil menggunakan handphone. Adegan ini berlangsung pada menit pertama dari keseluruhan animasi, dan berfungsi sebagai titik mula terjadinya gangguan konsentrasi visual serta pendahulu dari eskalasi risiko kecelakaan yang akan terjadi kemudian.

Dalam tampilan layar, kedua karakter diperlihatkan secara paralel menggunakan teknik split screen. Pada sisi kiri layar, karakter kuning mengendarai sepeda motor sambil menundukkan kepala untuk melihat layar handphone yang digenggam di tangan kiri, sementara tangan kanan memegang setang. Sementara pada sisi kanan layar, karakter biru duduk di belakang kemudi mobil dan terlihat mengoperasikan handphone dengan tangan kiri, sambil tetap mengarahkan pandangan ke depan secara setengah sadar.

Warna dominan yang digunakan pada adegan ini adalah abu-abu pucat dan biru kusam, menciptakan suasana monoton dan kurang fokus yang merepresentasikan kondisi mental pengendara saat terganggu oleh distraksi

digital. Pencahayaan lembut dan tone visual yang cenderung datar digunakan untuk mempertegas suasana yang belum membahayakan secara fisik namun secara psikologis sudah menurun.

Adegan ini menjadi salah satu adegan penting dari narasi visual karena menunjukkan bahwa bahkan pada detik-detik awal penggunaan handphone saat berkendara, gangguan fokus dan penurunan kesadaran terhadap lingkungan sekitar sudah mulai terjadi. Ini menjadi pijakan emosional dan visual menuju ketegangan di adegan-adegan berikutnya yang menggambarkan konsekuensi fatal dari tindakan tersebut.

