

## **BAB IV**

### **STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN**

#### **4.1 Strategi**

Setelaah melakukan penelitian, dan studi banding dengan beberapa animasi yang populer, terkait dengan pembuatan video animasi 2D sebagai media kampanye sosial mengenai *Mental Health Awareness*, data-data literatur pada bab 2 dan hasil penelitian di bab 3 yaitu studi banding sebelumnya akan menjadi sebuah acuan untuk lanjut ke proses pembuatan Tugas Akhir, yang mana nanti data terkait kesehatan mental akan menjadi landasan dan acuan strategi kreatif dan perancangan yang akan disiapkan, sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan target yang disasar, dan berikut adalah pemaparan strategi kreatif, strategi pesan, kreatif, visual serta strategi media yang akan digunakan.

##### **4.1.1 Strategi Pesan**

Dalam masalah yang dilihat dari banyaknya pemuda atau pekerja muda yang rentan terkena kesehatan mental, yaitu karena kurangnya edukasi tentang kesehatan mental yang harus diantisipasi sejak dini, serta tidak memikirkannya kesehatan mental sendiri dan dampak yang akan terkena jika kita tidak mengenali kesehatan mental yang diperlukan.

Dalam masalah tersebut, penulis kemudian mencari sebuah ide untuk dijadikan sebuah solusi dari masalah yang ada, bagaimana cara menyampaikan informasi kepada pekerja muda urban, bahwa kesehatan mental sangat perlu di perhatikan. Disini penulis menemukan media untuk menyampaikan informasi tersebut, dengan membuat percakapan dialog antara dua orang yaitu karakter 1 dan karakter 2.

Dari adanya data di bab tiga mengatakan bahwa ada banyaknya pekerja muda urban di Jakarta yang terkena masalah mental saat bekerja dan minimnya pengetahuan tentang kesehatan mental, maka konsep dan ide

utama dari kampanye sosial ini yaitu, memberikan edukasi dan memberi solusi kepada para pekerja muda urban di Jakarta yang terkan masalah mental, sehingga pembuatan animasi 2D ini diharapkan mennjadi sebuah solusi yang efektif untuk menyampaikan pesan dan arahan kepada pekerja muda urban di Jakarta.

#### **4.1.2 Strategi Kreatif**

Kampanye sosial ini merupakan media yang tepat, dikarenakan menggunakan animasi 2D yang dimana dalam penyampaian pesan atau informasi dan solusi kepada para pekerja muda urban ini terlihat mudah di pahami maksud dan tujuan yang peneliti buat. Ada beberapa informasi yang akan muncul di dalam kampanye sosial ini nantinya, seperti memberi solusi-solusi mudah untuk bisa menenangkan pikiran dari *hectic* atau sedang *burnout* disaat bekerja, serta mengajak para pekerja muda urban untuk membangun kesadaran akan pentingnya kesehatan mental.

#### **4.1.3 Strategi Visual**

Dalam proses perancangan video kampanye sosial animasi 2D ini memerlukan beberapa elemen penting atau elemen pendukung. Setelah melakukan pencarian data, mulai dari mencari literatur, mencari studi banding visual yang akan digunakan sebagai referensi pembuatan video kampanye sosial yang dibuat ini, banyak perbandingan dari beberapa karakter animasi lainnya dan berakhir pada pilihan karakter “Sengklekman” sebagai referensi pembuatan video animasi 2D yang telah dibuat ini. Berbagai aspek visuak yang terdiri dari warna, tipografi, identitas visual dan ilustrasi yang digunakan, meliputi logo dan juga karakter utama dari animasi 2d tersebut. Berikut penjelasan strategi visual dari hasil data yang telah penulis teliti:

## 1. Warna

Beberapa studi banding visual sebelumnya, peneliti sudah mendapatkan satu referensi animasi dari Sengklekman, dengan begitu adanya studi banding, video kampanye sosial ini akan menggunakan warna primer yang kontras dan beberapa pemilihan warna pastel agar terkesan lembut dan tenang. Sisanya, peneliti memilih warna gelap untuk menimbulkan kesan malam hari dan sebagai ungkapan kesedihan atau emosi negatif.

## 2. Tipografi

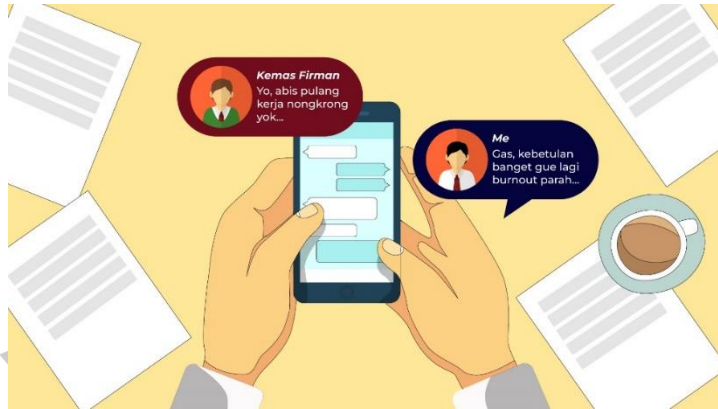
Dalam perancangan animasi 2D ini, peneliti menggunakan tipe *font* Alphakind yang dipadu padankan dengan *tools* yang ada pada aplikasi Adobe Illustrator yaitu *Plagin* digunakan untuk judul yang bertuliskan “One Day At Work”.



Gambar 4 1 Judul Cover Animasi 2D

Pemilihan *font* yang tebal adalah pilihan yang cocok untuk sebuah judul pada *cover* video, karena dengan *font* yang terlihat tebal akan membuat kesan kuat, dengan pemilihan teks judul yang berwarna putih.

Ada juga beberapa *font* tambahan untuk dimunculkan dalam *text* animasi One Day At Work ini, seperti untuk *bubble chat* menggunakan *font* MontSerrat .



Gambar 4 2 Font MontSerrat pada Bubble Text

### 3. Identitas Visual

Identitas Visual akan sangat berperan penting dalam pembuatan sebuah karya animasi, karena animasi tersebut akan memiliki ciri khasnya tersendiri, mulai dari logo dan karakter animasi.

#### a. Logo

Logo disini tidak lain yaitu sama seperti sampul pada video animasi 2D itu sendiri. Dengan bertuliskan “One Day At Work”, nama tersebut adalah simbol utama sekaligus nama judul pada video animasi yang dibuat. One Day At Work menceritakan seseorang yang bernama Darren yang memperlihatkan kesehariannya di tempat kerja serta bertemu dengan temannya yang bernama Firman, Darren menceritakan kesuntukannya atau *burnout* -nya saat bekerja. Dan memperlihatkan sebuah kepala yang menjadi karakter utama di video animasi 2D ini.



Gambar 4 3 Logo One Day At Work

b. Karakter Animasi

Diadaptasi dari referensi animasi sebelumnya yaitu Sengklekman, pada video animasi ini yang memiliki karakter sederhana. Dengan membuat karakter yang memiliki bentuk muka unik, agar mendapat menarik perhatian untuk target yang dituju. Karakter Seperti gambar dibawah ini.



Gambar 4.4 Karakter pada Animasi One Day at Work

Dan karakter pendukung, yaitu Firman adalah seorang teman Darren sebagai tempat berceritanya Darren.

#### 4.2 Hasil Perancangan

Videokampanye animasi 2D ini merupakan sebuah kampanye sosial yang dimana di dalam video tersebut akan menampilkan video animasi 2D singkat yang membawa tema tentang kesadaran terhadap *mental health*, yang nantinya akan diunggah ke dalam media sosial, seperti Instagram dan Youtube. Untuk *upload* ke Instagram, peneliti hanya meng-*upload* sebuah cover poster One Day At Work dan menaruh sebuah link yang bertuju ke platform Youtube. Sasaran pada video animasi ini adalah seorang pekerja muda urban yang bekerja di daerah Jakarta (Sudirman), yang berusia 23 – 28 tahun. Karena pada usia ini banyaknya orang tidak mengetahui akan

kesadaran tentang kesehatan *mental health*. Dalam video animasi 2D ini akan menampilkan sebuah karakter utama yang bernama Darren dan satu karakter tambahan sebagai teman cerita Darren, yaitu Firman.

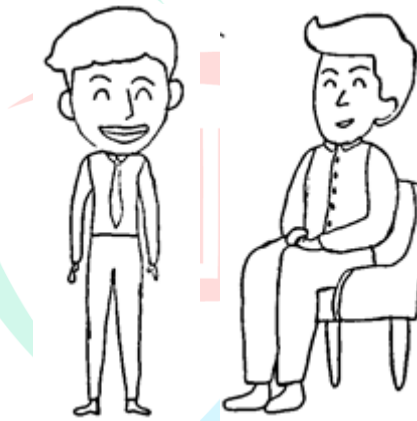
Pembuatan Animasi 2D ini memerlukan beberapa tahap, mulai dari pembuatan naskah atau skrip animasi, pembuatan *storyboard*, pembuatan latar belakang animasi mulai dari sketsa, serta pewarnaan, eksplorasi desain karakter yang berawal dibuat dari sketsa dan pemilihan warna karakter, pembuatan *animatic* (yang mana gambar sketsa latar belakang dan karakter akan disusun dalam bentuk video tanpa warna untuk menjadi gambaran ke depannya dalam pembuatan sebuah animasi tersebut) yang akan dikerjakan menggunakan Aplikasi Adobe Illustrator dan diakhiri dengan penggabungan seluruh elemen atau komponen yang sudah dibuat sebelumnya, yang akan dikerjakan menggunakan Aplikasi After Effect. Berikut adalah sebuah proses seperti di bawah ini:

#### **4.2.1 Pembuatan Naskah**

Dari pembuatan video animasi 2D ini, langkah awal yaitu peneliti harus membuat sebuah sinopsis cerita yang akan dikembangkan menjadi sebuah video animasi 2D kampanye sosial ini, dari pemilihan tema seperti keseharian seorang pekerja muda yang bekerja di daerah Jakarta (Sudirman), lalu masuk ke dalam proses pembuatan sinopsis, tentunya sinopsis yang dibuat memiliki pesan cerita yang menggambarkan seorang pekerja muda bernama Darren yang dimana ia sebagai karakter utama yang meminta saran ataupun solusi ke temannya untuk memecahkan kesutukannya saat ia bekerja, karakter tambahan ini atau karakter kedua bernama Firman. Terlihat dari gambaran inti cerita tersebut, Darren adalah seorang pekerja muda yang tidak peduli akan adanya kesehatan *mental health* -nya. Pada cerita singkat ini, penulis ingin menunjukkan bahwa sebagai seorang pekerja harus sadar akan adanya kesehatan *mental* itu sendiri.

#### 4.2.2 Pembuatan Sketsa Karakter

Strategi visual disini, akan membahas tentang proses bagaimana secara gambar atau visual, karakter dan gambar latar belakang dibuat. Tahap pertama yang akan dilakukan adalah seperti data yang sudah di dapat, melakukan studi banding antara animasi yang populer, lalu setelah menemukan referensi yang di dapat, penulis mengambil karakter dari Sengklekman karena dengan gambar visual yang sederhana dan dengan menampilkan warna-warna yang tidak begitu *detail*. Tahap awala yaitu dengan membuat sketsa gambar karakter, dimulai dari menggambar sketsa, lalu karakter tersebut akan digambar ulang melalui Adobe Illustrator, gambar seperti di bawah ini:



Gambar 4 6 Sketsa Karakter One Day at Work

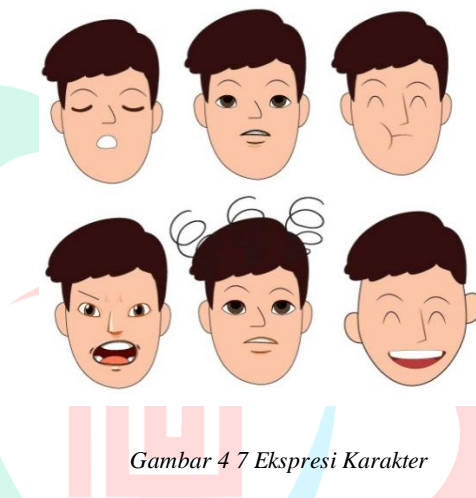


Gambar 4 5 Karakter Digital One Day at Work

Lalu setelah gambar karakter selesai, penulis membuat *storyboard* untuk menjadi sebuah gambaran dalam proses produksi animasi yang akan

dibuat, setelah *storyboard* sudah dibuat penulis akan membuat sebuah *animatic* yang di mana nanti akan menjadi gambar gerak.

Proses ini juga terdapat studi karakter, atau studi ekspresi wajah pada tokoh animasi yang akan muncul pada karakter inti yaitu Darren. Bertujuan untuk mempelajari ekspresi wajah apa saja yang akan tampil di dalam video animasi *One Day At Work*, contoh ekspresi wajah seperti gambar di bawah ini:

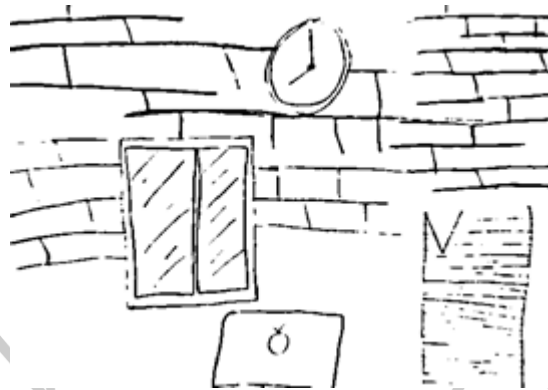


Gambar 4 7 Ekspresi Karakter

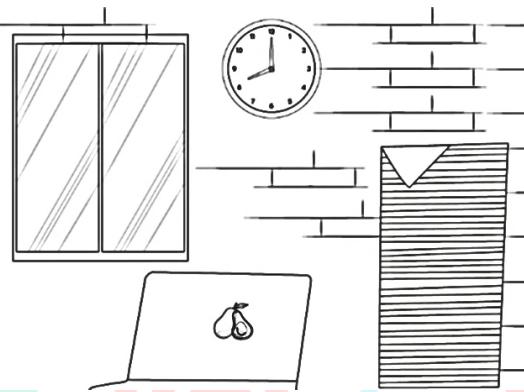
#### 4.2.3 Pembuatan Latar Belakang pada *Storyboard* Animasi

*Storyboard* animasi ini dibuat dengan proses manual yang kemudian dibuat sketsa gambarnya melalui aplikasi Adobe Illustrator dan menggunakan Pen Tool, prosesnya yaitu dengan memindahkan gambar manual yang sudah dibuat sebelumnya ke dalam Adobe Illustrator lalu menggunakan teknik *tracing*.





Gambar 4 8 Sketsa Pembuatan Latar Belakang



Gambar 4 9 Pembuatan Digital Latar Belakang

Dan untuk proses selanjutnya, ketika gambar yang sudah melalui tahap tracing, kemudia akan diberi warna, warna yang digunakan adalah warna cerah sama seperti dengan referensi, dengan demikian latar belakang akan menampilkan gambar yang terlihat menyenangkan dan fresh.

Pada storyboard ada beberapa *angle* kamera yang digunakan atau bisa disebut teknik pengambilan gambar dari sudut pandang tertentu untuk mengekspose subjek foto. Dengan sudut yang menarik, bisa menghasilkan suatu shot yang menarik pula, dengan perspektif yang unik dan menciptakan *image* tertentu. Penulis menggunakan 3 tipe *angle* yaitu seperti *angle long shot*, *medium long shot*, dan *medium shot*.



Gambar 4 10 Angle Medium Long Shot

Seperti gambar di atas adalah contoh pengambilan *angle* dengan *medium long shot*, dengan melakukan pemotongan pada objek, meski begitu suasana pemandangan masih lebih mendominasi. Biasanya *Angle* seperti ini untuk objek manusia akan dimulai dari lutut hingga ujung kepala.



Gambar 4 11 Angle Long Shot

Gambar di atas merupakan pengambilan kamera dengan *angle* long shot, framing pada gambar di atas menampilkan suasana yang cukup luas tanpa harus kehilangan detail dari objek yang ditampilkan. *Angle* kamera ini digunakan untuk memperlihatkan Darren dan Firman yang sedang berbicara di kafe.

Pengambilan *angle* kamera ini, menggunakan *medium shot*. Sama seperti *medium long shot* namun jarak pengambilan gambar lebih dekat. Pengambilan gambar dimulai dari pusat perut hingga atas kepala. Contoh *angle* seperti ini ada pada gambar di bawah ini.



Gambar 4 12 Medium Shot Angle

#### 4.2.4 Pembuatan *Animatic Storyboard*

Pada pembuatan animasi tentu ada tahapan dalam pembuatan *animatic*, yang di mana gambar sketsa manual yang sudah ditelusuri sebelumnya akan digabungkan dengan karakter dalam satu *frame*, *animatic* ini bertujuan agar dalam pembuatan animasi ke dean mendapat gambaran, dapat meninjau kembali agar dapat masukan untuk diperbaiki sebelum masuk ke pembuatan animasi yang sebenarnya.

#### 4.2.5 Pembuatan *Intro* dan *Outro*

*Intro* dan *outro* adalah sebuah pelengkap dari animasi, *intro* yang bertujuan untuk memperlihatkan judul dan sekaligus pembuka animasi, dan *outro* sebagai penutup dari video animasi 2D ini.



Gambar 4 13 Intro pada Animasi *One Day at Work*

*Intro* dibuat menggunakan Adobe Illustrator dengan elemen gambar karakter utama, serta menampilkan judul dari animasi. *Intro* dengan menggunakan latar belakang suasana Jakarta dengan banyaknya gedung-gedung dan karakter utama memiliki gerak, dengan judul yang bergerak *pop up*. Warna yang digunakan menggunakan warna yang lembut, agar terlihat lebih menyenangkan dan *fresh* dilihat.



Gambar 4 14 Outro Animasi One Day at Work

Lalu ada *outro* yang dibuat dengan menggunakan After Effect CC, dibuat sesederhana mungkin, menunjukkan ucapan “Terima Kasih Sudah Menonton” dan menampilkan “Animasi By Darren Luigi Maramis”.

#### 4.2.6 Pembuatan Poster

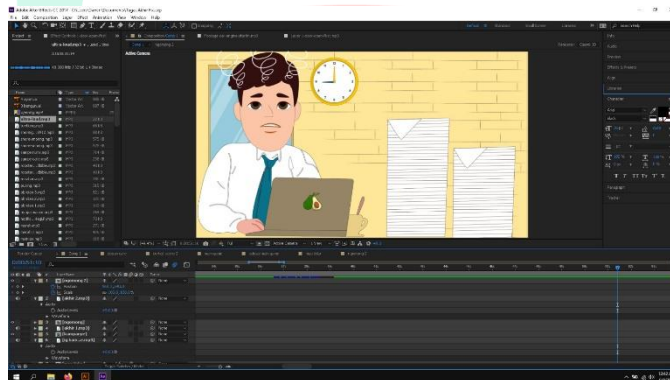


Gambar 4 15 Pembuatan Poster Animasi One Day at Work

Poster ini akan ditampilkan pada media Instagram, poster yang berukuran feed Instagram untuk IG *Story* jenis portrait ini memiliki rasio 9:16 dan dengan ukuran 1080 x 1920 *pixel*. Bertujuan untuk mengajak para pekerja muda untuk mendukung bahwa kesehatan mental itu penting.

#### 4.2.7 Proses *Editing*

Pada bagian ini adalah suatu proses akhir dari pembuatan kampanye animasi 2D, yaitu proses *editing* yang mana semua elemen yang sudah dibuat dan dijelaskan di atas akan dijadikan satu, seperti *intro*, isi konten dan *outro*. Proses *editing* menggunakan After Effect CC, mengolah semua elemen gambar dan musik menjadi satu, hasil akhir akan berupa video dengan format Mp4.



Gambar 4 16 Proses perancangan

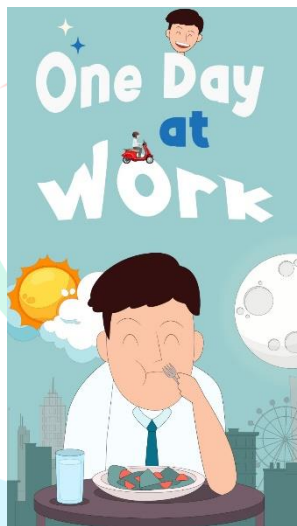
#### 4.2.8 Hasil Akhir



Gambar 4 17 Animasi *One Day at Work*



Gambar 4 19 Poster Kampanye Sosial Mental Health



Gambar 4 20 Poster Cover IG Story



Gambar 4 18 Scene Burnout Animasi One Day at Work