

BAB IV

PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1 Proses Desain

Bab ini menjelaskan tentang proses perancangan karya video animasi *explainer* dalam penyelesaian skripsi ini, didalamnya dibagi menjadi 3 tahap produksi, yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi

4.1.1 Pra -Produksi

1. Perancangan Story Line

Tabel 4 1 Story Line
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

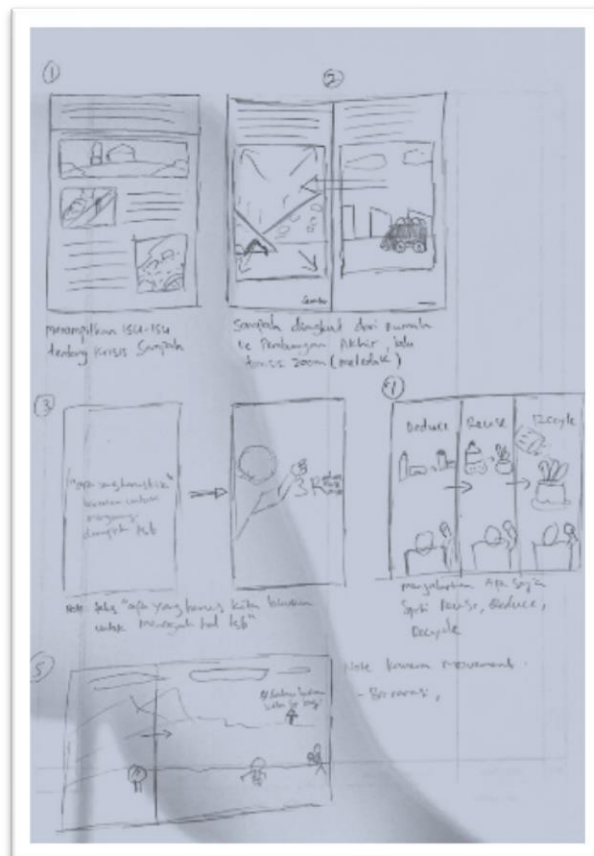
NO	Scene	Shot	Backsound/fx/music	Durasi
1	Opening memperlihatkan dampak negatif dari sampah. Seperti pencemaran udara akibat pembakaran sampah, orang buang sampah sembarangan dan banyaknya sampah di Sungai.	Normal	Musik, Dubbing, Fx	13 detik
2	Menampilkan truk sampah yang membawa sampah rumah tangga ke TPA yang kian lama makin penuh dan tidak kuat menampung sampah tersebut	Normal	musik, dubbing, fx	16 Detik

3	Menampilkan teks apasih yang harus kita lakukan untuk mengurangi dampak tersebut, kemudian muncul karakter yang mengajak untuk melakukan Gerakan 3R (reduce, reuse, recycle)	Normal	Musik, dubbing, fx	5 Detik
4	Menampilkan tahapan tahapan dan bagaimana kita memperlakukan sampah dengan cara 3 R tersebut.	Normal	Musik, dubbing, fx	27 Detik
5	Menyorot tampilan tempat yang bersih, segar, dan asri serta memungut sampah di langit yang cerah dan menunjukkan hastag #mulaidarikita	normal,	Musik, dubbing, fx	14 Detik

Pada Proses ini penulis merancang sebuah storyline berdasarkan hasil riset dan wawancara sebelumnya, storyline tersebut nantinya akan digunakan untuk patokan dan acuan dalam proses pembuatan animasi *explainer*. Story line merupakan naskah yang memiliki urutan kejadian yang akan diceritakan serta elemen yang terdapat didalamnya kemudian disebutkan secara rinci dalam bentuk teks. Perancangan pembuatan video animasi *explainer* ini membutuhkan storyline dalam tahapan-tahapan pembuatannya.

2. Story Board

Pada proses ini penulis membuat sebuah story board yaitu sebuah sketsa kasar. Storyboard tersebut kemudian digunakan sebagai acuan dalam proses pengambilan atau pembuatan gambar dalam video animasi *explainer*, berikut storyboard yang telah penulis buat berdasarkan storyline:



Gambar 4 1 Storyboard

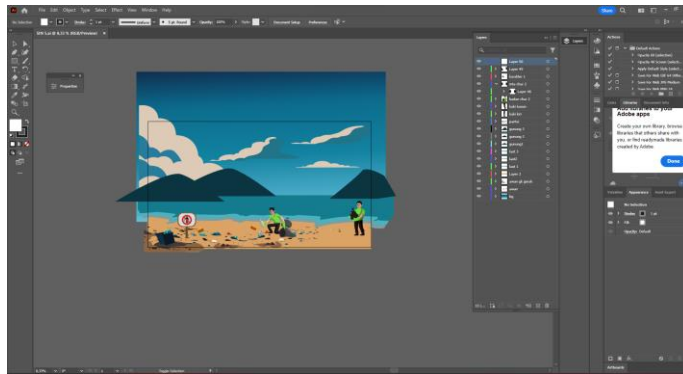
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

4.1.2 Produksi

Setelah melakukan proses pra-produksi, penulis melanjutkan kedalam proses produksi. Dalam proses ini terdapat dua proses yaitu proses pembuatan asset animasi yang berbentuk digital dan proses pembuatan video animasi *explainer* secara digital melalui computer. Pada tahap produksi, yang pertama dilakukan yaitu pembuatan visual/asset dalam pembuatan animasi.

1. Pembuatan Asset Visual

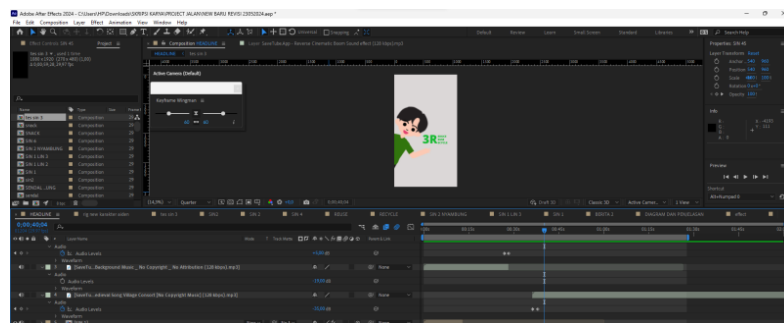
Pembuatan visual, pada tahapan ini yaitu merancang sebuah visual dengan menggunakan aplikasi adobe illustrator yang dirancang sesuai dengan storyboard.



Gambar 4 2 Perancangan Asset di Ilusrtator

(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

Setelah melakukan tahapan pembuatan asset digital di *Adobe Illustrator* dan memasukkannya kedalam aplikasi *Adobe After Effect*, selanjutnya adalah tahapan Animasi yaitu melakukan penggerakan yang sebelumnya asset tersebut dari 2 Dimensi/ Vektor menjadi sebuah video animasi yang



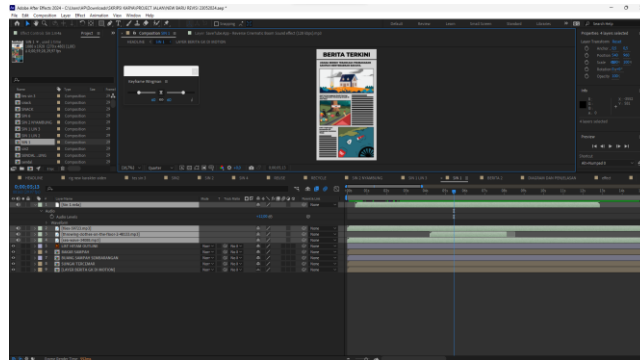
Gambar 4 3 Penganimasian di After Effect

(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

disajikan dengan visual yang menarik, tulisan, dan efek, serta music latar belakang.

4.1.3 Pasca Produksi

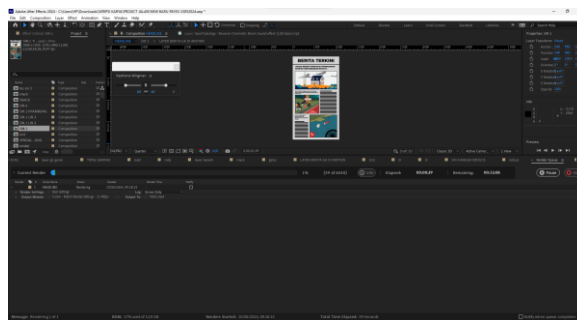
Pada Tahap Pasca Produksi, hal yang dilakukan ialah menyatukan video animasi dengan visual effect, serta background audio.



Gambar 4 4 Tahap Penggabungan Animasi dan Musik
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

Setelah melakukan penyatuan video dan audio lalu dilakukan proses rendering pada software Adobe After Effect. Proses rendering dilakukan di software Adobe After Effect dengan Render Setting sebagai berikut:

1. Quality: Best
2. Ratio : 1080:1920 (Potrait)



Gambar 4 5 Proses Rendering di After Effect
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

Setelah proses pasca produksi selesai, maka video animasi *explainer* siap dipublikasikan menggunakan sosial media yaitu Instagram.

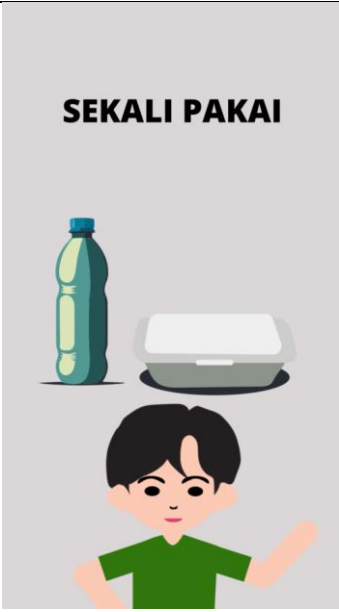
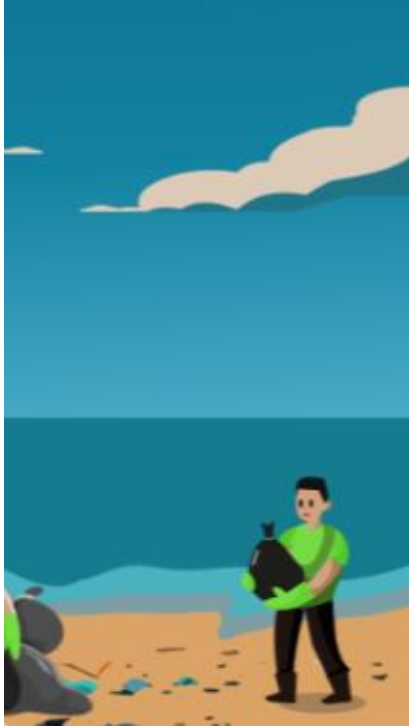
4.2 Tampilan Media

4.2.1 Media Utama (Video Animasi *Explainer*)

Tabel 4.2 Deskripsi Karya
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

NO	HASIL VIDEO	PENJELASAN	DETIK
1	 <p>BERITA TERKINI</p> <p>UDARA BERSIH TERANCAM: PEMBAKARAN SAMPAH MENYEBABKAN BAHAYA.</p> <p>Akai Tak Bertanggung Jawab: Seorang Warga Ditemukan Membuang Sampah di Jalan Raya</p> <p>Krisis Lingkungan: Pencemaran Air Mengancam Kesehatan Warga</p>	<p>Opening, menampilkan kabar berita negatif tentang dampak negative krisis sampah seperti, pembakaran sampah yang menyebabkan polusi udara, Buang Sampah sembarangan yang menyebabkan bau tidak sedap dan tanahnya bau tidak sedap, pembuangan sampah di Sungai yang menyebabkan pencemaran air dan menimbulkan bau tidak sedap</p>	11 DETIK
2	 <p>BERITA TERKINI</p> <p>MASA DEPAN SAMPAH: TPA KOTA DIPREDIKSI PENUH DALAM 5 TAHUN, TANTANGAN BARU BAGI PENGELOLAAN LIMBAH</p> <p>104 TON / HARI</p>	<p>Pindah ke scene 2, dengan transisi membalikan halaman, beralih ke topik Dimana sampah rumah tangga yang diangkut oleh petugas kebersihan yang setiap harinya sekitar 104 TON dibawa ke TPA yang Dimana dalam kurun waktu 5 tahun kedepan, TPA tersebut sudah tidak lagi sanggup menampung sampah tersebut</p>	16 Detik

3		<p>Lanjut ke scene selanjutnya yaitu menampilkan teks pertanyaan berupa <i>“LALU, APA YANG HARUS KITA LAKUKAN UNTUK MENGURANGI DAMPAK TERSEBUT?”</i></p>	13 Detik
4		<p>Scene selanjutnya yaitu mengajak audience untuk melakukan Gerakan 3R (Reduce, Reuse, Recycle) atau mengurangi, menggunakan Kembali, dan mengolah Kembali.</p>	
5		<p>Lalu penulis menjabarkan contoh kecil 3R seperti</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reduce, Mengurangi pemakaian barang sekali pakai, seperti botol plastic dan sterofom diganti dengan tupperware dan botol minum isi ulang. 2. Reuse, Menggunakan Kembali barang yang sudah tidak dipakai atau bisa digunakan Kembali. Seperti, menggunakan limbah sampah 	30 Detik

	 <p>SEKALI PAKAI</p>	<p>makanan digunakan menjadi pupuk agar tanaman subur.</p> <p>3. Recycle, Membuat barang bekas yang sudah tidak terpakai, menjadi benda yang terbaru. Seperti, membuat pot tanaman dari Botol Bekas Air Minum Kemasan.</p>	
6		<p>Penulis Mengajak para Pemirsa/Pendengar sekalian untuk bergerak dalam mengatasi masalah krisis sampah dimulai dari diri sendiri. Lalu penulis menggunakan hastag #KalauBukanKitaSiapaLagi</p>	16 Detik

4.2.2 Pengaplikasian Video

Video Animasi *Explainer* yang akan menampilkan video utuh dari Iklan Layanan Masyarakat berbentuk Animasi *Explainer* tentang Dampak Negatif Krisis Sampah di Lingkungan yang berdurasi pendek sekitar 1 menit yang dikemas dengan menarik serta diharapkan para audiens dapat sadar bahwa perubahan sekecil apapun berdampak pada perubahan lingkungan kita.

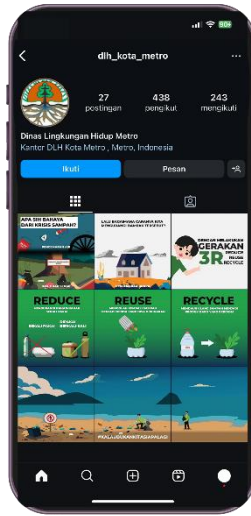


Gambar 4 6 Tampilan ILM di Instagram
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

4.2.3 Media Pendukung

1. Poster Digital Berbasis Sosial Media

Salah satu media periklanan untuk menarik perhatian audience adalah menggunakan banner. Media banner banyak diminati karena terbuat dari bahan yang dapat digunakan diluar ruangan dan ukurannya dapat disesuaikan kebutuhan.



Gambar 4 7 Tampilan Feed Instagram
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

2. X-Banner

X- Banner merupakan salah satu media pendukung yang digunakan untuk menyampaikan informasi berbentuk banner dengan penyangga berbentuk X.



Gambar 4 8 Tampilan X- Banner
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

3. Merchandise

Baju Kaos ini berisikan desain untuk mempromosikan Campain 3R.



Gambar 4 9 Desain dan Merchandise T-Shirt

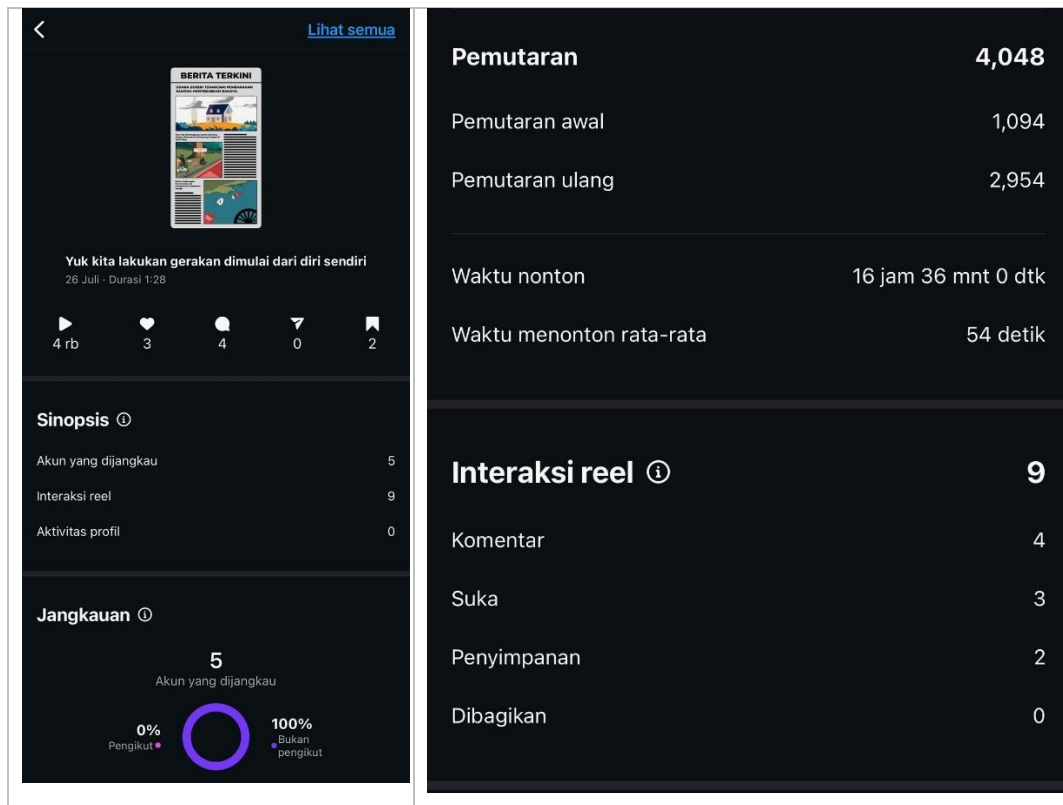
(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)



Gambar 4 10 Merchandise Totebag dari Bahan Bekas

(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

4.3 Insight Reels



Gambar 4 11 Insight Reels

(Sumber: Dimas P. Putra, 2024)

Iklan layanan masyarakat berbentuk animasi *explainer* berjudul "Dampak Krisis Sampah di Lingkungan Sekitar" telah berhasil menarik perhatian sebanyak 4,084 penonton. Dengan total 3 suka, 4 komentar, dan 2 kali disimpan, video ini mencatatkan angka pemutaran awal sebanyak 1,094 kali dan pemutaran ulang sebanyak 2,954 kali. Waktu total yang dihabiskan untuk menonton mencapai 16 jam 36 menit, dengan rata-rata durasi tonton sebesar 54 detik per penonton, yang menunjukkan bahwa pesan dari video ini berhasil menggaet perhatian audiens dengan efektif. namun, kembali lagi kepada setiap individu bahwasannya efektivitas dari sebuah iklan layanan masyarakat terletak pada kemauan diri sendiri untuk berubah.