

BAB II

IDENTIFIKASI & ANALISIS DATA

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Perancangan Lingkup Desain Komunikasi Visual

A. Definisi Desain Komunikasi Visual

Pada penerapan teori Desain Komunikasi Visual dalam kampanye ialah sebuah pengarahan pada ajakan yang bersifat edukatif dan informatif secara playful. Desainer mengorganisir sebuah informasi agar dapat tersampaikan secara inovatif, berkiasan dan memikat masyarakat. Target sasaran dan analisa desainer grafis tidak lepas dari penerapan elemen Desain Komunikasi Visual diantaranya tekstur, ruang, garis, bentuk, warna serta penerapan prinsip desain komunikasi visual seperti kesatuan, keseimbangan, irama, proporsi dan dominasi. (Pangestu, 2019)

2.1.1.2 Teori Animasi

Animasi merupakan suatu proses memainkan dan merekam berbagai serangkai gambar yang statis untuk menciptakan gerakan ilusi yang dapat menghidupkan suatu gambar menjadi karakter yang hidup. (Apriansyah, 2020)

Animasi adalah teknik mengolah gambar secara berurutan yang dirancang sedemikian rupa sehingga penonton merasakan adanya gerakan pada gambar yang ditampilkan. (Mousadecq et al., 2022)

2.1.1.3 Teori Motion Graphic

A. Pengertian *Motion Graphic*

Kata *Motion Graphic* berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yakni “*Motion*” yang artinya gerak dan “*Graphic*” yang artinya grafis. Dalam hal ini, *motion Graphic* dapat diartikan sebagai visual grafis yang bergerak. Motion Grafis merupakan suatu bidang ilmu dari

seni desain grafis dengan penggabungan antara video, fotografi, ilustrasi dan tipografi menggunakan teknik animasi. (Ramdhani et al., 2021).

Michael Betancourt dalam artikelnya yang berjudul “*The Origins of Motion Graphic*” mengemukakan motion grafis merupakan penggabungan dari film, video, fotografi, ilustrasi, musik dan animasi. Elemen tipografi dan grafis yang dapat terlihat pada title sebuah film dan elemen-elemen visual pada televisi. Motion grafis ialah penggabungan dari potongan-potongan elemen desain yang berbasis media visual dengan menggabungkan Bahasa film dan desain grafis dengan menerapkan elemen visual berupa vector, *still image*, ataupun footage 2D dan 3D. (Alatas, 2020).

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Motion Graphic* merupakan media visual yang menggabungkan beberapa elemen-elemen visual fotografi, videografi, gambar, tipografi dan suara menjadi sebuah video bergerak dengan penggunaan teknik keyframe.

B. Prinsip *Motion Graphic*

Menurut Gallagher & Paldy pada buku *Exploring Motion Graphic* (Pakpahan, 2022) prinsip-prinsip pada penerapan motion grafis diantaranya:

1. Komposisi

Dalam menentukan komposisi pada suatu desain, terdapat elemen, tipografi, gambar dan visual yang disusun untuk menentukan posisi visual secara menyeluruh pada desain. Sebuah elemen yang tersusun menjadi kesatuan dengan mengikuti bentuk sesuai komposisi dan elemen dapat keluar atau masuk kedalam frame menciptakan susunan elemen yang lebih variatif disebut dengan *Gathering*.

Elemen yang disebarkan dalam frame menghasilkan Dispersion, elemen disper akan terlihat tidak teratur dan tampak kacau pada saat diatur. Untuk menciptakan titik fokus dalam kumpulan gambar yang tidak teratur, dapat menggunakan warna berbeda untuk menghasilkan suatu elemen yang dapat unggul dari yang lain guna menarik audiens ke

dalam desain. *Exclusion* merupakan keseluruhan elemen yang disusun bersama, kecuali satu. Titik fokus tercipta akibat satu elemen tersebut terpisah dari elemen lainnya. Elemen-elemen visual yang disusun berdasarkan bentuk, warna, tulisan dan ukuran yang bersamaan guna menginformasikan kepada audiens disebut *Chunking*.

Optical center mengacu pada titik fokus yang selalu dipandang pada suatu desain. Objek akan ditempatkan dititik fokus tengah, seringkali akan tampak rendah dan *off-center*. Pada optical center, geser elemen titik fokus sedikit keatas untuk menciptakan sebuah komposisi dengan titik fokus berada di pusat desain. Sebuah desain yang Nampak tidak kaku melainkan enerjik akan membuat komposisi pada titik fokus off-center dapat menimbulkan kesan bahagia. Sebuah komposisi akan terlihat menonjol sesuai subjektif apabila mengikuti aturan prinsip desain grafis dalam perancangan motion grafis guna menghasilkan komposisi visual yang menarik. Kualitas elemen tidak hanya dari individual tetapi juga dari elemen yang saling berinteraksi.

2. Frame

Objek-objek pada frame merupakan aturan dari komposisi. Objek yang bergerak dalam frame ditentukan pada tiap-tiap frame yang mempresentasikan suatu waktu pada tampilan bidang 2 dimensi menghasilkan individual frame pada motion grafis. Komposisi frame dibatasi 4 sisi yakni sisi kanan, sisi kiri, sisi atas dan sisi bawah. Desain motion grafis mengikuti perkembangan teknologi sesuai bentuk frame yang akan dibuat. Frame *horizontal* biasanya digunakan pada frame televisi, web dan video dengan monitor melebar ke sisi samping. Frame vertikal biasanya digunakan pada bentuk PDA atau handphone.

Elemen-elemen pada frame yang disusun rapi pada jarak tertentu dari batas akan menimbulkan kesan damai dan teratur. Desain yang tidak terhubung atau jauh dapat disebabkan dari elemen yang terlalu kecil dan diletakan jauh dari pembatas frame yang tersisa cukup banyak.

3. Flow

Pergerakan motion grafis dapat dibaca dan dirasakan audiens melalui elemen-elemen desain dan frame yang terlalu cepat lewat? Apakah informasi yang disampaikan terasa lambat dan banyak basa-basi sehingga audiens kesulitan untuk menangkap informasi yang diberikan?

Jika demikian, ada sebuah solusi pada desain yang membuat audiens untuk cepat menerima informasi. Untuk menghindari alur desain terasa mengganggu yaitu penerapan dalam menyusun frame dan membuat transisi guna mempengaruhi alur audiens untuk memahami suatu desain dan menimbulkan kesan emosional bagi audiens dengan mengupayakan gabungan komposisi dan frame melalui transisi.

4. Transition

Transisi yang bergerak dari satu video ke video berikutnya disebut dengan *cut*. Transisi membantu video agar terlihat tampak mulus. Dengan penggunaan transisi yang optimal, audiens tidak akan menyadari perubahan dan elemen tersebut. Saat menerapkan *cut*, video selanjutnya harus dengan *footage* dan informasi yang berbeda.

Ketika ada dua video yang saling bertumpuk dengan tingkat *opacity* yang berbeda dapat dibuat melalui Dissolve. Apabila ada objek satu terlihat lebih redup dan buram dan objek kedua bertahap menjadi kurang buram akan menghasilkan tampilan layar dengan satu fokus sumber yang terlihat jelas. Yang artinya, satu gambar atau video akan redup berganti dengan gambar berikutnya. Transisi ini harus jelas bagi audiens dan digunakan untuk melengkapi ketika ada visual dua video yang tertumpuk, bekerja sama guna memperjelas visual tanpa terlihat kontradiksi. Harus ada hubungan visual yang kuat dan selaras diantara unsur-unsur dua objek.

5. Texture

Kata tekstur sering digambarkan pada sebuah permukaan objek taktil, seperti bulu yang halus, potongan amplas yang kasar. Designer digital juga mendeskripsikan tekstur sebagai visual yang tercipta ketika menggunakan warna dan pola yang mengilustrasikan kesan tekstur.

Tekstur juga dapat digunakan sebagai elemen desain yang memunculkan kesan kedalaman dan dimensi guna meningkatkan estetika visual dari sebuah karya.

6. Sound

Gelombang suara memantul dari *cardrum* yang bergetar dan disebut dengan nada. Mencocokkan suara, musik, kata yang diucapkan atau suara *incidental* dengan visual lebih dari sekadar meletakkan trek. Ketika Michael Silvers dan Randy Thom menjuarai Oscar di *Academy Awards* ke 77 untuk *Sound Editing For The Incredibles*, Thom berkata "Academy Awards tertentu seperti efek suara dan visual dan pengeditan kadang-kadang disebut sebagai penghargaan teknis. Penghargaan itu bukan penghargaan teknis. Mereka diberikan keputusan artistic". Pada dasarnya musik dan suara dapat mengendalikan emosional kepada audiens yang mendengarkan. Di semua aplikasi, judul film, menu DVD, permainan video, situs web, suara dan musik dapat mengatur nadanya.

7. Emotion

Emosi merupakan sebuah pedoman tools yang sangat kuat bagi designer dan muncul sebagai respon terhadap gaya desain. Audiens merasakan sesuatu dari motion grafis yang dibuat dan dapat menyampaikan sebuah pesan dari produk dan jasa yang disajikan. Cara efektifnya adalah dengan pendekatan hubungan emosional. Pesan, iklan, lagu dan situs web misalnya, dapat dilakukan dengan memunculkan sebuah tanya jawab melalui *polling*. Sebuah pesan akan tersaring apabila mengingat segala informasi dengan banyaknya melihat daripada sedikit demi sedikit yang dilihat setiap harinya.

Audiens mungkin mengingat visual, jingle, aktor atau tagline dari suatu produk, tetapi tidak ada yang penting jika dalam isi video tersebut tidak tersirat sebuah pesan terhadap audiens dari produk atau layanan yang disajikan.

Peranan desain komunikasi visual sangat penting dalam perancangan motion grafis guna pesan dan informasi yang disampaikan

dapat tersirat jelas kepada audiens dan pendekatan emosional dapat diterima dengan baik.

8. Inspiration

Setiap desainer memiliki ide dan inspirasi yang berbeda dalam menyampaikan sebuah perancangan pada proyek tertentu. Inspirasi dapat ditemukan pada hal yang sering dijumpai seperti referensi desain, musik, seni, desain furniture, cerita, alam dan sebuah imajinasi yang muncul dari kreativitas manusia. Biasanya desainer akan mencari sebuah referensi sebanyak mungkin dari media sosial dan situs web yang sesuai dengan tema yang diambil.

Klien pun berhak menentukan referensi sesuai dengan konsep dan tema yang dipilih. Disarankan agar klien mengumpulkan kata-kata bergambar (dengan menuliskan sebuah kata-kata di selembar kertas), serpihan cat, sampel wallpaper, benda-benda yang ditemukan, bentuk alami seperti daun dan bunga dan hal-hal yang menarik. Hal ini dapat menyelesaikan *creative ice* sehingga ide-ide akan mengalir dan desainer dapat memvisualisasikan sebuah desain proyek dari brief yang dibuat.

C. Tahapan *Motion Graphic*

Menurut Slembrouck (2012), ada beberapa tahapan dalam pembuatan motion graphic sebagai berikut (Ramdhani et al., 2021) :

1. Konsep awal

Konsep awal merupakan sebuah isi cerita video yang mengidentifikasi sebuah ide yang ditampilkan kepada audiens dengan poin-poin yang menggambarkan secara jelas.

2. Penulisan Naskah

Dimulai dengan gambaran kasar dari narasi cerita yang kemudian dikembangkan ke objek visual dan pergerakan, *voice over*, efek suara dan musik dalam sebuah video yang berdurasi singkat. Semakin singkat sebuah video maka pesan yang tersampaikan akan lebih mudah diserap atau dihafal oleh audiens. Rekomendasi dari durasi yang diberikan yakni sekitar 30 detik, sedangkan 60 detik masih bisa diterima dan 90 detik

merupakan video yang umum atau sering digunakan dalam penyampaian pesan, dikarenakan semakin singkat durasi akan semakin baik. Sebuah video bila berdurasi 30 detik itu luar biasa, 60 detik masih diterima dan 90 detik merupakan rekomendasi maksimal dalam penyampaian pesan atau informasi.

3. Storyboard

Storyboard merupakan langkah dan tahapan pada pra produksi untuk membuat sebuah visual, teks dan suara sesuai dengan koresponden dari skrip. Gambaran adegan dari semua momen yang diperlukan dalam skrip disebut “style frame”. Lalu dicantumkan dalam deskripsi dari scene dan semua narasi, teks dan suara yang dibuat sesuai moment yang diperlukan.

4. Sound (*Voiceover*, musik dan *Sound Effect*)

Voiceover merupakan proses casting yang terlihat seperti artis yang sedang tampil di televisi, dengan melibatkan suara dan merekam pada saat membaca skriptnya. Suara artis atau talent mungkin akan di take untuk beberapa kali guna memaksimalkan dari perubahan intonasi, mood dan ketebalan suara.

5. Animation

Pada proses animasi, semua bagian-bagian mulai digabungkan bersama. Animator melakukan animasi secara satu atau dua gaya visual gambar sesuai yang ditentukan. Hal ini merupakan sebuah konsep mentah dan kesempatan feedback yang didapat sebelum pekerja animasi mengerjakannya guna meminimalisir revisi yang tidak diinginkan. Setelah itu animasi akan dibuat sampai keseluruhan.

2.1.1.4 Teori Media Kampanye

Ada beberapa metode kampanye yang dapat dilakukan, seperti membuat acara himbuan dan penyuluhan di acara seminar atau bakti sosial. Metode media kampanye yang lainnya bisa juga menggunakan media cetak, elektronik dan digital. Media ini bisa berupa brosur, lamflet, poster, spanduk, banner, iklan majalah, iklan berupa video, motion atau animasi, spanduk dan gift. (Hasian & Rinaldo, 2019)

2.1.1.5 Teori Literasi

Menurut Yunus Abidin, Tita Mulyati, Hana Yunansah dari buku yang berjudul “Pembelajaran literasi: strategi meningkatkan kemampuan literasi matematika, sains, membaca dan menulis”, 2017, pp.6 menjelaskan bahwa literasi merupakan upaya dalam pengungkapan makna yang terdapat pada gambaran makna yang ada dan upaya dalam menghasilkan makna sesuatu pemikiran sendiri dengan menambah jalan pada desain yang telah ada tersebut. Dalam bidang ilmu kebahasaan, literasi membaca merupakan upaya dalam memahami, menggunakan, dan merefleksikan sebuah teks dari kemampuan dengan melibatkan langsung untuk memperoleh pengetahuan dalam tujuan tertentu dan dapat berpartisipasi pada masyarakat.

2.1.1.6 Teori Huruf atau Tipografi

Menurut Wijaya dan Priscila Yunita dari buku yang berjudul “Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual” menjelaskan bahwa tipografi merupakan suatu bidang ilmu kesenian dan teknik menata huruf sesuai pengaturan penyebaran pada suatu ruang, menciptakan kesan tertentu untuk kenyamanan dalam membaca yang maksimal. Dalam desain komunikasi visual, tipografi dikatakan sebagai Visual Language yang berarti sarana dalam menerjemahkan setiap kata yang terucap pada halaman yang diamati. (Ratu Geofani, 2022)

2.1.1.7 Teori Warna

Teori warna menjabarkan organisasi dan pengaturan elemen visual warna dan hubungan interaktif yang terjadi pada warna-warna yang dipahami melalui komposisi dan fungsi warna. Pada pekerjaan bidang desain komunikasi visual, komposisi warna pada perancangan suatu karya desain disebut skema warna (*color scheme*). (Lucius, 2019)

2.1.1.8 Teori Ilustrasi

Ilustrasi merupakan upaya untuk memperjelas suatu penjelasan dari verbal. Ilustrasi dapat berdiri sendiri layaknya verbal. Unsur ilustrasi maupun verbal apabila dipadukan dapat menjadi kekuatan untuk mendukung sesuatu hal. Definisi ilustrasi akan selalu memunculkan banyak sudut pandang yang berbeda. Ilustrasi memiliki makna dan arti tersirat melalui pembentukan elemen-elemen dari komunikasi visual untuk membentuk suatu komunikasi visual atau berkaitan dengan pemecahan suatu masalah dari pemahaman tentang penciptaan ilustrasi. (Hermanto, 2019)

A. Fungsi Ilustrasi

Dengan ilustrasi, maka sebuah pesan menjadi lebih menarik dan berkesan karena pembaca lebih gemar mengingat gambar daripada kata-kata. (Hermanto, 2019)

1. Memiliki fungsi penggambaran dari suatu produk atau ilusi yang pernah ada.
2. Menggambarkan sebuah ilustrasi dari peristiwa dan kejadian yang terlihat mustahil.
3. Menggambarkan sebuah ide abstrak.
4. Memperjelas narasi, contohnya dari komentar editorial berupa ilustrasi karikatur atau kartun.
5. Memperjelas suatu artikel pada bidang medis atau teknik.
6. Menggambarkan sesuatu secara terperinci.
7. Menciptakan corak tertentu pada tulisan yang menggambarkan masa atau zaman dari tulisan yang dibuat.

2.2 Kajian Literatur

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
----	---	--------	------------------

1.	Al Awwaf (2021) Dampak Program Kampanye Membaca Terhadap Peningkatan Minat Baca Santriwan/i Di Dayah Daruzzahidin Aceh	Kuantitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program kampanye membaca memberikan dampak positif yang signifikan terhadap minat baca santriwan-santriwati di pesantren tersebut. Nilai angka korelasi sebesar 0,771 yang tergolong dalam kategori kuat, serta nilai uji regresi menunjukkan dampak yang positif dengan nilai F hitung yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa program kampanye membaca berhasil meningkatkan minat baca santriwan/santriwati di Pesantren Daruzzahidin Kabupaten Aceh Besar.
2.	Muhammad Dhiwangga Faradhicesar (2022) Perancangan Kampanye Meningkatkan Kualitas Minat Membaca Hingga Tuntas Dikalangan Mahasiswa Melalui Media Video Animasi.	Kualitatif	Perancangan ini bertujuan sebagai solusi untuk mengatasi kurangnya minat membaca pada anak akibat penggunaan gadget yang dominan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan fokus pada visualisasi yang menarik perhatian, kampanye ini ditujukan kepada anak-anak dan orang tua dengan pesan yang menyoroti manfaat positif dari gadget. Melalui event talkshow dan storytelling, diharapkan minat baca anak usia 7-13 tahun dapat meningkat serta menciptakan kegemaran membaca. Penggunaan

			media pendukung seperti poster, website, dan filter Instagram akan berperan penting dalam menyebarkan informasi kampanye dengan visual yang menarik.
3.	Edy Jogatama Purhita, Auliya Silvi Rahmawati, Ayyub Hamdanu Budi Nurmana Slamet (2022) Perancangan Video Digital Motion Graphic 2D Untuk Promosi Perpustakaan Menggunakan HMDM	Kualitatif	Perancangan video promosi untuk memvisualisasikan fasilitas layanan perpustakaan daerah Boyolali telah berhasil menggunakan gambar, animasi, teks, dan video dengan baik. Hasil uji validasi dari pakar ahli dan pengguna menunjukkan skor persentase antara 85% - 90%. Selain uji validasi dengan pakar ahli, peneliti juga melakukan uji lapangan dengan 30 responden, yang menghasilkan kesimpulan bahwa media yang dirancang masuk dalam kategori sangat baik dengan presentase 86%. Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil merancang video promosi dan mengimplementasikan HMDM dalam pengembangan multimedia sebagai media promosi, dalam bentuk video digital berbasis motion graphic 2D.

2.3 Objek Penelitian

Profil Perpustakaan Modern Lampung

-Nama Lembaga : Perpustakaan Modern Lampung

-Lokasi : Jalan H Zainal Abidin Pagar Alam Nomor 52,
Labuhan Ratu, Kedaton Bandar Lampung.

-Badan yayasan : Pemerintah

-Deskripsi Yayasan :

Perpustakaan Modern Lampung merupakan sebuah tempat layanan di Bandar Lampung yang menyediakan koleksi buku, majalah dan media surat kabar yang dapat dibaca dan dipinjam oleh masyarakat yang berkunjung. Gedung Perpustakaan Modern Lampung terdiri dari 4 bagian yaitu gedung utama, gedung bundar tengah, gedung sayap kiri dan gedung sayap kanan. Dalam pelayanannya, Perpustakaan Modern Lampung memberikan berbagai fasilitas yaitu diantaranya layanan perpustakaan dengan koleksi berbagai buku yang tersusun dengan rapi dan ketersediaan tempat duduk yang cukup dan nyaman. Yang kedua merupakan ruang pusat peragaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Puspa IPTEK). Perpustakaan Modern Lampung juga menyediakan pojok baca digital, pemerintah tidak hanya menyediakan media buku cetak saja melainkan buku digital juga. Layanan referensi juga disediakan disini, berbagai koleksi buku perundang-undangan, kamus dan ensiklopedia siap menemani mahasiswa yang sedang menjalankan tugas akhir skripsi. Terdapat ruang khusus anak sebagai tempat belajar anak. Untuk waktu jam operasional, Perpustakaan Modern Lampung buka setiap hari senin hingga jum'at dari pukul 08:00 – 15:00 WIB.

2.4 Analisis Data

Analisis data merupakan suatu usaha untuk mengumpulkan data yang telah terkumpul agar mendapat jawaban dari rumusan masalah dan disajikan dengan sistematis agar dapat memberikan interpretasi guna memperoleh hasil kesimpulan. Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari data dari sumber wawancara, catatan lapangan, dokumentasi secara sistematis dengan menyusun data kedalam kategori, memaparkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam suatu pola, penyaringan data yang dipelajari lalu menyimpulkan hasil dari penemuan data.

2.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis untuk memberikan sebuah data yang sistematis dilakukan dengan:

1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan terjun langsung ke lapangan tempat lokasi penelitian dengan melakukan pengamatan yang dilakukan secara subjek dan informasi yang sedang dipelajari secara pribadi.

Dalam observasi, penulis melakukan penelitian secara subjek dengan survey langsung ke lokasi tempat Perpustakaan Modern Lampung yang beralamat di Jalan H Zainal Abidin Pagar Alam Nomor 52, Labuhan Ratu, Kedaton Bandar Lampung.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan petugas umum pustakawan dari perpustakaan dan arsip Lampung dengan tanya jawab mengenai pengenalan dari Perpustakaan Modern Lampung dan penjelasan seputar fasilitas, pelayanan dan keunggulan yang disediakan. Dalam wawancara ini, penulis juga menggunakan metode wawancara 5W+1H mengenai pertanyaan permasalahan yang terjadi di Perpustakaan Modern Lampung. Rangkuman dari wawancara penulis dengan petugas umum perpustakaan untuk membantu kampanye melalui media motion graphic diantaranya: mengedukasi pelajar dan mahasiswa mengenai manfaat membaca, memperkenalkan sejarah, profil, fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh Perpustakaan Modern Lampung, mengajak masyarakat terutama anak-anak, pelajar dan mahasiswa untuk berkunjung dan belajar di perpustakaan serta memaparkan program unggulan dan kolaborasi terhadap masyarakat yang pernah Perpustakaan Modern Lampung terapkan.

3. Kuesioner

Dalam metode penelitian ini, penulis melakukan sesi tanya jawab menggunakan kuesioner secara online untuk mengetahui respon publik terhadap ketertarikan responden dalam membaca, mengumpulkan data mengenai pengetahuan di Perpustakaan Modern Lampung serta ketertarikan menyukai konten dan melihat informasi melalui *motion graphic*. Metode ini

akan menjawab tentang pernyataan dan keluhan kesah masyarakat terhadap pengaruh minat baca masyarakat.

2.4.2 Analisa 5W+1H

Analisis data menggunakan 5W+1H merupakan metode yang dipilih penulis dengan tujuan memudahkan dalam mengumpulkan data permasalahan yang terjadi dan menjawab sebuah permasalahan dasar menjadi sebuah solusi dengan pernyataan apa, siapa, dimana, kapan, mengapa dan bagaimana. Berdasarkan data yang dihimpun, berikut adalah analisis dengan metode 5W+1H:

Tabel 2. 1 5W + 1H Hasil Wawancara 2024

Sumber Data: Wawancara 2024

5W+1H	Pertanyaan	Jawaban
What	Apa yang menjadi keluhan dan masalah di Perpustakaan Modern Lampung dalam respon pengunjung terhadap minat baca, fasilitas dan pelayanan yang disediakan?	terkendala dengan keterbatasan penerbitan buku dan keterbatasan pengetahuan dengan fasilitas dan pelayanan dari perpustakaan.
Who	Siapa saja target pengunjung yang datang ke Perpustakaan Modern Lampung?	Pelajar dan mahasiswa. Perpustakaan menyediakan ruang khusus membaca anak dari anak TK hingga mahasiswa yang sedang mencari referensi jurnal atau buku-buku pedoman
When	Kapan permasalahan dari minat membaca, keluhan fasilitas atau pelayanan di	Dari pembukaan gedung perpustakaan dari awal tahun 2023 hingga saat ini. Belum ada keluhan mendalam mengenai fasilitas dan

	Perpustakaan Modern Lampung terjadi?	pelayanan. Akan tetapi minat pengunjung yang datang lebih ramai secara bertahap dikarenakan antusias masyarakat yang penasaran dengan perpustakaan ini.
Where	Dimana saja lingkup promosi yang dilakukan oleh perpustakaan Lampung sejauh ini?	Dalam 2015-2016, perpustakaan sudah membentuk dinas perpustakaan kabupaten atau kota. Perpustakaan ini memiliki program perpustakaan keliling yang sudah bekerja sama dengan perpustakaan tingkat sma dikarenakan kewenangan provinsi dan menerima hingga ke desa atau kabupaten.
Why	Mengapa masyarakat Lampung harus mengetahui kelebihan dari pelayanan Perpustakaan Modern Lampung?	Perpustakaan ini memiliki program yang bernama <i>transformasi perpustakaan berbasis inklusi sosial</i> yang menjadikan perpustakaan tidak hanya tempat membaca tetapi juga berkegiatan masyarakat dengan memanfaatkan fasilitas yang ada di perpustakaan serta menjalin kolaborasi dengan komunitas.
How	Bagaimana pemecahan masalah dari minat baca dan pengunjung, ketika mahasiswa dan remaja kurang mengetahui tentang Perpustakaan Modern Lampung?	Dengan membuat media promosi dan kampanye yang menarik. Memperlihatkan segala kelebihan fasilitas dan pelayanan dari perpustakaan serta membuat konten yang unik dan mudah dipahami oleh masyarakat

2.5 Resume

Perpustakaan Modern Lampung merupakan perpustakaan yang baru dibuka pada tahun lalu. Melihat potensi para pelajar dan mahasiswa yang dapat menjadi penerus generasi bangsa dengan budi pekerti, pengetahuan dan skill yang cemerlang. Pemerintah akhirnya membangun sebuah perpustakaan megah dengan lokasi yang strategis dan menjadi salah satu perpustakaan termegah yang ada di Lampung dengan fasilitas dan pelayanan yang dirasa sudah cukup mumpuni. Akan tetapi, kurangnya promosi dan sosialisasi kampanye membuat Perpustakaan Modern Lampung masih kurang diminati dan belum ramai oleh pengunjung untuk sekadar belajar dan membaca. Untuk itu, Perpustakaan Modern Lampung perlu untuk dipromosikan dengan media kampanye agar pelajar dan mahasiswa dapat melirik bahkan tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan ini. Perancangan yang digunakan untuk media kampanye dengan video profil, edukasi dan kampanye *motion graphic*. Tujuannya dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran pelajar dan mahasiswa terhadap minat baca, belajar di Lampung dan meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap Perpustakaan Modern Lampung. Mengedukasi kepada pelajar dan mahasiswa tentang manfaat belajar dan membaca secara produktif dan value menarik yang didapat selama rajin belajar dan membaca.

2.6 Solusi Perancangan

Dalam pemecahan suatu permasalahan, perlu diusulkan sehingga memberikan sebuah solusi dengan perancangan kreatif media kampanye di Perpustakaan Modern Lampung. Dalam sebuah analisis pengunjung dan perpustakaan, topik permasalahan pada Perpustakaan Modern Lampung menghadapi masalah dalam promosi dan sosialisasi kampanye sehingga pelajar dan mahasiswa kurang tertarik pada Perpustakaan Modern Lampung. Kurangnya media promosi dan pemasaran campaign membuat pelajar dan mahasiswa lebih tertarik untuk belajar di cafe ataupun dirumah, mencari informasi melalui membeli buku, website atau jurnal online. Untuk memecahkan suatu permasalahan dari perpustakaan yang baru dibuka ini, perlunya perancangan media kampanye lewat video animasi motion dengan penyampaian informasi dan pesan yang unik dan efektif, menciptakan pengenalan layanan melalui keunggulan dari pelayanan dan fasilitas yang

diberikan, memperkuat strategi marketing profil, memperkuat nilai dan value yang ditawarkan.