

## **BAB III**

### **STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL**

#### **3.1 Strategi Perancangan**

Dalam perancangan suatu media kampanye, dibutuhkan sebuah strategi perancangan dalam penciptaan karya yang dibuat. Perancangan karya yang menarik dan maksimal dengan visual, verbal dan audio yang jelas maka informasi dan edukasi yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran.

Dalam perancangan *motion graphic* sebagai media kampanye ini, sebuah informasi dan solusi dari penciptaan karya pada dasarnya merupakan memberikan sebuah solusi dari permasalahan yang terjadi. Perpustakaan Modern Lampung merupakan perpustakaan dari arsip Lampung yang sudah lama ada tetapi baru berpindah ke bangunan yang baru. Masyarakat pun sudah terbiasa dengan belajar dan membaca hanya melalui media online karena zaman sudah serba teknologi.

Agar media kampanye dengan metode video *motion graphic* Perpustakaan Modern Lampung dapat terealisasi dengan efektif, maka perlu memaksimalkan sebuah konsep dari pra produksi, produksi dan pasca produksi sebuah video motion dari analisa konsep perancangan, tujuan kreatif, strategi kreatif, isi pesan dan target audience yang dituju.

##### **3.1.1 Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran merupakan sekelompok orang yang akan dijadikan sebagai acuan dalam perancangan berdasarkan pembagian aspek geografis, demografis dan psikografis. Sasaran perancangan dalam penelitian ini dituju kepada pelajar dan mahasiswa yang sedang menempuh Pendidikan di Lampung. Dikarenakan pelajar dan mahasiswa merupakan individualis yang masih dalam pencarian jati diri, *agent of change*, *iron stock*, penjaga nilai, kekuatan moral dan pengontrol kehidupan masyarakat sosial yang masih haus akan ilmu, wawasan dan kreatifitas.

### A. Demografis

Demografis merupakan suatu ilmu yang mempelajari statistik, ukuran, matematik tentang penyebaran, komposisi dan distribusi sebuah penduduk yang diamati dari aspek kelahiran, perkawinan dan mobilitas dengan tujuan menetapkan jumlah perubahan suatu penduduk. (Achmad Nur Sutikno, 2020)

- 1) Usia : 13 – 25 tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- 3) Status : Belum Menikah & Menikah
- 4) Pendidikan : Pelajar Sekolah dan Mahasiswa
- 5) Ekononi : Semua kalangan

### B. Geografis

Pada aspek geografis yang mencakup di Perpustakaan Modern Lampung, dilokasi yang strategis pada tengah kota memungkinkan dapat menarik pengunjung yang ingin belajar dan membaca.

Pada Perpustakaan Modern Lampung, aspek geografis tertera sebagai berikut:

- 1) Negara : Indonesia
- 2) Kota : Bandar Lampung
- 3) Daerah : Kedaton
- 4) Lokasi strategis : Seberang kampus Intitut Informatika & Bisnis Darmajaya

### C. Psikografis

Khalayak sasaran dalam perancangan ini ditujukan kepada pelajar dan mahasiswa yang sedang mencari suasana belajar dan membaca yang nyaman dengan fasilitas dan media yang ditawarkan. Pelajar dan mahasiswa perlu mencari suasana baru yang nyaman saat belajar dan sebuah koleksi buku dan jurnal referensi maupun informasi pengetahuan dan wawasan sangat dibutuhkan dalam proses penunjang belajar.

#### D. Consumer Journey

*Counsumer journey* digunakan agar promosi media kampanye Perpustakaan Modern Lampung tepat sasaran sesuai dengan kebiasaan dan aktifitas yang dilakukan oleh pelajar dan mahasiswa Lampung. Daftar kegiatan yang dilakukan oleh remaja umur 13 – 25 tahun diantaranya:

**Tabel 3. 1 Consumer Journey**

**Sumber : Observasi 2024**

Suasana	Kegiatan	Tempat	<i>Point Of Contact</i>
Pagi hari (06:00 – 07:15 WIB)	mandi, menyiapkan alat sekolah, sarapan, berangkat sekolah atau kerja paruh waktu	Kamar tidur, kamar mandi, dapur, jalan raya	Piring. Banner dan billboard di jalan.
Siang hari (12:00 – 14:00 WIB)	Istirahat, makan siang, berangkat atau pulang perkuliahan, belajar, tidur	Sekolah, tempat kerja paruh waktu, kampus, kantin sekolah atau kampus, jalan raya, rumah	Buku, laptop, alat tuliskan, software, tempat makan, banner, billboard, sofa, kursi atau kasur
Sore hari (15:00 – 18:00 WIB)	Pulang sekolah, kuliah atau kerja paruh waktu, rumah, bermain ponsel, belajar	Sekolah, kampus atau tempat kerja paruh waktu, jalan raya, rumah, tempat belajar, ruang tamu	Motor, banner atau billboard, sticker, media sosial, aplikasi hiburan, iklan komersil non komersil, fotografi, videografi, animasi, game, buku, laptop,

			software, alat tulis
Malam hari (19:00 – 22:00 WIB)	Makan malam, nonton tv, belajar atau bekerja <i>work from home</i> , bermain ponsel, tidur	Dapur, ruang makan, ruang tamu, kamar, meja belajar, kamar tidur	Alat makan, film, videografi, iklan televisi, buku, laptop, alat tulis, software, media sosial atau aplikasi

Berdasarkan table diatas, tempat atau benda yang sering dikunjungi oleh pengunjung merupakan sekolah, kampus, tempat kerja, rumah, gadget, laptop, internet, banner atau billboard, media sosial, iklan foto, video atau animasi, film dan *software*. Handphone merupakan alat komunikasi wajib saat ini sebagai media komunikasi, mencari berita atau informasi baru dan media browsing internet atau media sosial. Dalam hal tersebut, media online merupakan media yang paling banyak dikunjungi oleh pelajar dan mahasiswa sebagai target khalayak sasaran.

#### E. *Consumer Insight*

Consumer insight sendiri menyangkut mengenai perilaku, kepribadian, gaya hidup serta kebutuhan dari target audience. (Moussadecq et al., 2022)

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang Perpustakaan Modern Lampung, beberapa aspek dan respon dari consumer insight meliputi pengenalan ruang membaca dan ruang membaca anak, koleksi buku serta jurnal dan literasi internasional dan kekinian serta fasilitas yang disediakan untuk menunjang kenyamanan pengunjung yang ingin membaca, belajar atau berkegiatan sosial.

### 3.1.2 Tujuan Komunikasi

Dalam perancangan media kampanye minat baca di Perpustakaan Modern Lampung, tujuan komunikasi sangat penting agar informasi dan pesan

yang disampaikan dapat diterima oleh pelajar dan mahasiswa dengan tepat sasaran dan mudah dipahami. Adapun informasi dan pesan yang disampaikan melalui video motion ini ialah tentang profil perpustakaan, lokasi perpustakaan, fasilitas perpustakaan, fitur unggul perpustakaan, pelayanan perpustakaan sehingga masyarakat Lampung mampu memahami dan mengerti dari pesan yang disampaikan. Media kampanye berbasis motion grafis ini akan menampilkan visual dan audio yang simple, unik dan explainer dengan menampilkan keunggulan yang dimiliki oleh perpustakaan dan infrastrukturnya.

### **3.1.3 Pendekatan Komunikasi**

Pendekatan komunikasi dalam perancangan media kampanye *motion graphic* di Perpustakaan Modern Lampung memerlukan perencanaan dan strategi agar informasi dan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik oleh khalayak sasaran. Maka dari itu diperlukan 2 pendekatan yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal dalam perancangan media kampanye yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Pendekatan Visual**

Dalam pendekatan visual, ilustrasi yang digunakan ialah tipe *flat design*. Gaya ilustrasi ini memudahkan khalayak untuk memahami informasi dikarenakan bentuk visual yang simple dan mudah dipahami. visualisasi yang akan ditampilkan sebagai media kampanye, pendekatan visual dilakukan dengan gambar vector seorang siswa sebagai maskot, vector tangan yang sedang menulis dan menggambar sebuah sketsa dan teks sebagai penyampaian edukasi dan informasi dari perpustakaan dan gambar-gambar vector yang berhubungan dengan belajar dan buku. Pendekatan dengan cara ini bertujuan untuk memperkenalkan identitas dan fasilitas dari perpustakaan serta mengedukasi tentang manfaat dari rajin membaca atau belajar.

#### **2. Pendekatan Verbal**

Dalam pendekatan verbal, Bahasa Indonesia dipilih sebagai bahasa utama dalam visualisasi teks dari tampilan motion grafis sesuai dengan target

khalayak sasaran yang dituju kepada masyarakat Indonesia dalam mengembangkan literasi membaca dan mengajak masyarakat Lampung untuk berkunjung ke perpustakaan dengan pendekatan melalui media kampanye. Strategi komunikasi verbal juga dilakukan dengan cara memberikan teks motion berupa penjelasan informasi, fasilitas dan pelayanan dari perpustakaan dan kata-kata edukasi mengenai pentingnya membaca agar mempermudah masyarakat dalam menerima pesan yang disampaikan.

### **3.1.4 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif merupakan proses mengkomunikasikan informasi dan pesan melalui pendekatan visual dan pendekatan verbal yang menghasilkan 2 jawaban yakni isi pesan dan bentuk pesan. Strategi kreatif memiliki tujuan untuk menginformasikan dengan efektif melalui sebuah media yang disampaikan kepada khalayak sasaran.

#### **1. Isi Pesan (*What To Say*)**

Isi pesan yang disampaikan adalah untuk perpustakaan dan kampanye terhadap masyarakat Indonesia terutama Lampung menggunakan *motion graphic* yaitu memperkenalkan identitas/profil, fasilitas dan pelayanan dari Perpustakaan Modern Lampung dan mengedukasi dan merekomendasikan masyarakat untuk berkunjung dan rajin membaca dan belajar di Perpustakaan Modern Lampung yang merupakan perpustakaan baru dan satu-satunya perpustakaan termegah yang ada di provinsi Lampung dengan fasilitas dan pelayanan yang baik.

#### **2. Bentuk Pesan (*How To Say*)**

Bentuk penyampaian pesan dan informasi akan menggunakan 3 metode media penyampaian yaitu visual, verbal dan audio. Pesan Visual Pesan visual yang disampaikan dengan tampilan motion dari gambar vector maskot, vector tangan, ilustrasi yang berkaitan dengan perpustakaan dan pembelajaran dengan penambahan elemen video explainer sebagai acuan perancangan *motion graphic* ini. Pesan Verbal yang disampaikan berupa bentuk penjelasan dari setiap informasi dan pesan dari ilustrasi yang ditampilkan. Tampilannya berupa teks motion berjalan dengan perpaduan vector tangan dan pena sebagai teks

animasi menulis. Pesan audio, penulis menambahkan elemen *Voiceover* dan dubbing sebagai pendukung dari visual dan verbal yang disampaikan agar dapat lebih mudah dipahami dan didengar bagi khalayak sasaran.

### 3.1.5 Strategi Media

Strategi media merupakan proses untuk menyampaikan suatu informasi dan pesan kepada masyarakat. Fungsi dari strategi media ialah media penghubung untuk menyampaikan pesan dan informasi sebagai alat pendukung dan perantara komunikasi kepada masyarakat. Jika dilihat dari latar belakang permasalahan Perpustakaan Modern Lampung, maka perlu adanya media promosi dan media kampanye untuk mengajak dan mengedukasi masyarakat mengenai keunggulan dari perpustakaan dan manfaat bagi khalayak sasaran.

#### 1. Media Utama.

Perpustakaan Modern Lampung menggunakan Media kampanye berbasis motion graphic memperkenalkan perpustakaan, ajakan dan edukasi mengenai fasilitas dan pelayanan serta pembelajaran yang efektif oleh Perpustakaan Modern Lampung kepada masyarakat terutama pelajar dan mahasiswa dengan menawarkan pelayanan dan jasa yang berbeda dari perpustakaan lain serta menjual nama yayasan.

#### 2. Media Pendukung.

##### a. Media Lini Atas (*Above The Line*)

Media lini atas merupakan media utama dalam iklan yang terdiri dari media cetak dan media elektronik dan iklan luar ruangan. Target audiens dalam media lini atas mencakup ranah yang lebih luas. Media lini atas biasanya tidak berinteraksi langsung dengan audiens. Poster digital merupakan salah satu dari media lini atas yang digunakan.

##### b. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

Media lini bawah merupakan media pendukung dari media lini atas yang terdiri dari x banner, baliho dan *Merchandise*. Media lini bawah dapat menjangkau khalayak yang sulit dijangkau oleh media lini atas. Media ini biasanya mencakup ranah terbatas pada target audiens.

### 3.1.6 Strategi Distribusi

Dalam perencanaan strategi distribusi Perpustakaan Modern Lampung agar sampai ke khalayak sasaran, maka diperlukan strategi pendistribusian melalui website Perpustakaan Modern Lampung, media sosial dan penyebaran secara *offline*.

#### 1. Strategi pendistribusian melalui media *offline*

- a. Strategi *offline* akan dibagikan dengan menyantumkan alamat website dari perpustakaan pada media pendukung.
- b. Mengaplikasikan baliho dan x banner dengan menempatkan pada lokasi yang strategis guna mencapai target audiens secara luas.
- c. Membuat mug dengan desain tipografi berisi interpretasi tentang ajakan membaca.

#### 2. Strategi pendistribusian melalui media *online*

Pada strategi ini, pendistribusian dilakukan dengan ranah jangkauan yang lebih luas karena dengan media online, algoritma akan memainkan peran dalam sebuah *for your page* dan pengguna sekitar. Media sosial merupakan media yang sangat berguna saat ini sebagai media promosi dan kampanye melalui sentuhan gambar, foto dan video yang unik pada unggahan karena masyarakat menyukai hal yang menarik dan lucu. Promosi video motion akan menggunakan media sosial Instagram dari media pendukung poster digital dan media utama video motion menggunakan platform Youtube.

## 3.2 Konsep Visual

Konsep visual pada video *motion graphic* Perpustakaan Modern Lampung sebagai media kampanye memperhatikan berbagai elemen audio visual dan elemen desain seperti teks, ilustrasi, suara, foto, video dan elemen pendukungnya seperti style frame, warna dan komposisi agar informasi dan pesan pada video motion yang ditampilkan dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak sasaran. Konsep visual yang digunakan dalam video motion grafis ini yang paling ditonjolkan adalah penggunaan ilustrasi dan tipografi serta pengaplikasian beberapa animasi pada video kampanye *motion graphic* guna video bersifat interaktif,

menginterpretasikan narasi dan menarik. Hal ini bertujuan untuk pesan yang disampaikan dengan menarik dan masyarakat akan diajak berinteraksi melalui penggambaran tokoh karakter utama. Dengan audio memainkan peran penting sebagai daya tarik dan penunjang pada prinsip audio visual.

### 3.2.1 Mind Mapping

Mind mapping merupakan salah satu prosedur penting dalam perancangan produksi dalam pembuatan audio visual yaitu video promosi ataupun video kampanye. Dalam desain komunikasi visual, mind mapping merupakan proses pencarian ide kreatif dengan menganalisa permasalahan dan mencari keterkaitan dari tema konsep atau judul dalam sebuah karya yang akan dipublikasi. Apapun bentuk mind mapping, biasanya berupa peta dengan cabang pemikiran dan kata yang spesifik.

Dalam perancangan ini, mind mapping pada Perpustakaan Modern Lampung akan membantu mencari sumber ide baru sesuai permasalahan dan menyesuaikan konsep visualisasi dan topik dengan matang. Dalam tahap pra produksi ini, *mind mapping* juga membantu menentukan sebuah gaya ilustrasi dan tipografi sebagai elemen utama desain dalam perancangan *motion graphic*. Berikut ini perancangan konsep mind mapping yang sesuai dengan Perpustakaan Modern Lampung:



Gambar 3. 1 Konsep Mindmapping

Sumber data: Wahyu Khoirudin 2024

### 3.2.2 Moodboard

Media moodboard merupakan teknik media pembelajaran dalam menyajikan dan membahas suatu konsep fakta dan permasalahan dengan mengembangkan ide dan konsep yang ingin diwujudkan yaitu berupa papan atau bidang datar lainnya dengan berisi berbagai bentuk guntingan-guntingan gambar yang diperoleh dari media cetak (majalah, koran), internet, maupun kumpulan gambar-gambar karya desainer sesuai dengan bentuk dan warna benda. (Tanaya et al., 2022)

Moodboard adalah kumpulan ide referensi dalam desain yang berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan. Moodboard biasanya berisi gambar, warna, tekstur, dan elemen visual lainnya yang mewakili tema dan suasana yang ingin dicapai. (Hidayat & Moussadecq, 2024)

Dari pengertian diatas, moodboard berarti sebuah media yang menampilkan referensi, konsep dan tampilan visual yang akan diterapkan pada suatu proyek karya yang dibuat. Moodboard pada motion biasa terdiri dari referensi gaya ilustrasi, tipografi, warna serta video yang menjadi referensi acuan. Berikut ini merupakan konsep moodboard yang akan menjadi acuan dalam perancangan motion graphic Perpustakaan Modern Lampung sebagai media kampanye.



Gambar 3. 2 Konsep Moodboard

Sumber Data: Youtube (Lembaga Sensor Film RI)

### 3.2.3 Format Desain

Format desain merupakan bentuk output dalam suatu proyek perancangan desain yang menjadi hasil sebuah karya dalam bentuk foto atau video. *Video motion graphic* ini dibuat dengan resolusi full HD 1920x1080 dengan layout yang menyesuaikan dengan tampilan video pada aplikasi video perangkat digital. Dalam mengutamakan kemudahan dan kenyamanan masyarakat dalam melihat hasil format video, maka hasil format video dibuat format mp4 dengan *frame rate per second* (FPS) di 24 Fps.

### 3.2.4 Komposisi/Tata Letak

Pengertian layout secara sederhana ialah tata letak dari elemen elemen desain yang ditampilkan. Menurut Suriyanto rustan (2020:10), layout ialah penataan elemen elemen visual pada sebuah bidang untuk mendukung informasi dan pesan yang dibawa. Fungsi lain dari layout ialah mempengaruhi persepsi masyarakat atau target audience dalam menangkap informasi dari konten dan elemen elemen visual akan terlihat memiliki proporsi dan komposisi yang layak. (Astuti, 2021)

Dalam hal ini, penulis memakai acuan referensi dari Chanel Youtube Lembaga Sensor Film RI sebagai Referensi Komposisi dan tata letak penempatan elemen elemen visual pada video motion graphic dengan memakai konsep amati tiru modifikasi.



**Gambar 3. 3 Tata Letak dan Komposisi**

**Sumber Data : Wahyu Khoirudin 2024**

### 3.2.5 Jenis Huruf/Tipografi

Dalam perancangan suatu karya desain atau audio visual, tipografi merupakan elemen wajib dalam penggunaannya. Penggunaan tipografi yang tepat pada video motion akan mempengaruhi penyampaian informasi kepada khalayak sasaran, menjadi identitas dari brand atau pelayanan dan mempengaruhi pengalaman membaca pada audiens. Dalam perancangan video *motion graphic* Perpustakaan Modern Lampung, jenis huruf yang digunakan ada 2 yaitu Montserrat dan Mission Gothic:



**Gambar 3. 4 Font Montserrat dan Mission Gothic**

**Sumber Data : <https://Dafont.com> 2024**

Font Montserrat dan Mission Gothic merupakan jenis huruf sans serif dengan penggunaan sesuai dengan konsep kebutuhan, jenis huruf sans serif memberikan kesan simple, elegan dan fleksibel. Penggunaan huruf tipe sans serif akan membuat audiens lebih mudah memahami informasi yang disampaikan dan dibaca oleh seluruh khalayak sasaran dengan baik.

### 3.2.6 Ilustrasi/Gambar

Ilustrasi merupakan elemen utama dalam suatu karya desain atau audio visual yang ditampilkan. Menurut Drs. RM. Soenarto, ilustrasi merupakan suatu gambar atau hasil proses grafis yang membantu sebagai penyerta, penghias dan memperjelas suatu kalimat dalam sebuah naskah dalam mengarahkan pengertian bagi audiens.

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan motion graphic ini berupa elemen ilustrasi yang mewakili dari sebuah naskah, pendukung Voiceover, ilustrasi maskot serta elemen pendukung lainnya. Ilustrasi yang digunakan adalah desain ilustrasi flat dengan mengutamakan elemen desain yang sederhana dan lebih responsive antar muka user dan pengguna dengan efektif.

Dalam proses perancangan video *motion graphic*, diperlukannya referensi ilustrasi desain agar konsep yang dibuat dapat terstruktur dengan baik, membantu mengembangkan sebuah ide dan imajinasi serta pengumpulan berbagai konsep ide ilustrasi. Berikut ini merupakan referensi dari beberapa ilustrasi desain flat yang akan menjadi acuan penulis dalam perancangan video *motion graphic*:



**Gambar 3. 5 Referensi Ilustrasi Gaya Flat Design**

**Sumber Data : <https://Freepik.com>**

### **3.2.7 Pemilihan Warna Ilustrasi**

Menurut Sadjiman Ebdy Santoyo (2005) mendefinisikan warna sebagai konsep psikologis dan fisik. Warna secara fisik ialah pantulan cahaya yang dikeluarkan, sedangkan warna secara psikologis ialah pengalaman indra penglihatan manusia. Terdapat tiga elemen dalam definisi warna yakni unsur benda, cahaya dan mata. (Yuniartika, 2022)

Penggunaan warna dalam perancang video motion graphic sebagai media kampanye minat baca di Perpustakaan Modern Lampung menggunakan warna cerah yang memberikan kesan energi yang mewakili semangat energi anak muda. Berikut ini penggunaan warna yang mewakili dari Perpustakaan Modern Lampung yang akan digunakan dalam perancangan video motion graphic sebagai media kampanye minat baca masyarakat:

#### 1. Warna Biru

Warna biru memberikan kesan stabil, luas, sejuk dan bersifat relaksasi yang mempresentasikan perpustakaan dengan suasana yang nyaman dan aman sehingga mempengaruhi psikologi khalayak sasaran anak muda bahwa perpustakaan sangat rekomended bagi pelajar dan mahasiswa yang ingin belajar di perpustakaan.

#### 2. Warna Kuning

Warna kuning mempresentasikan psikologis jiwa anak muda yang masih semangat dengan rasa penasaran yang tinggi, imajinasi yang luas tanpa batas serta jiwa optimisme yang masih tinggi. Warna kuning memberi harapan kepada pelajar dan mahasiswa untuk mencoba hal sesuatu yang baru dan meningkatkan pemikiran yang solid dengan literasi membaca yang tinggi.

#### 3. Warna Hitam dan Putih

Warna hitam dan putih sebagai warna netral yang akan digunakan dalam perancangan video motion graphic perpustakaan.

#### 4. Warna Coklat

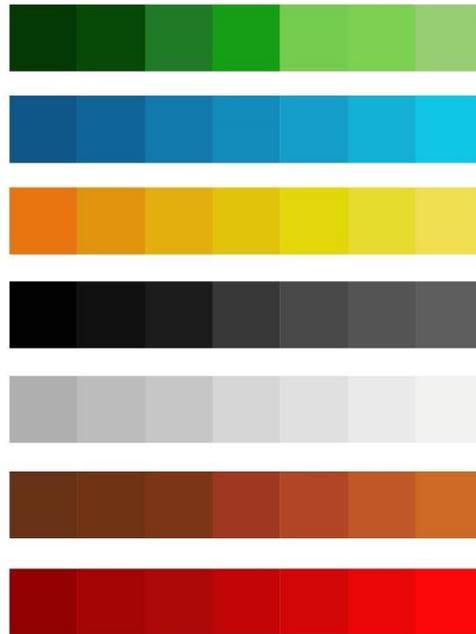
Warna coklat memberikan kesan elegan dan modern sesuai dengan nama dari Perpustakaan Modern Lampung, perpustakaan dengan mengedepankan kecanggihan teknologi berbasis modern.

#### 5. Warna Merah

Warna Merah dari sisi psikologis yakni menggambarkan semangat. Sesuai dengan jiwa Pelajar dan Mahasiswa muda hingga dewasa yang masih memiliki jiwa prima dan aktif.

#### 6. Warna Hijau

Warna Hijau digunakan sebagai warna tambahan pada aset ilustrasi sebagai pewarnaan tumbuhan. Warna hijau membantu menyampaikan rasa nyaman, sejuk dan tampak hidup.



**Gambar 3. 6 Aset Warna**

**Sumber Data : Wahyu Khoirudin 2024**

### 3.2.8 Storyline

*Storyline* dalam *motion graphic* merupakan sebuah alur cerita dari isi video yang disampaikan kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan motion graphic sebagai media kampanye, alur cerita merujuk pada ajakan masyarakat dan membahas mengenai pengaruh minat baca dengan objek yang dijadikan sebagai ajakan untuk meningkatkan minat baca bagi masyarakat ialah Perpustakaan Modern Lampung.

**Tabel 3. 2 Storyline Kampanye Motion Graphic**

**Sumber Data: Wahyu Khoirudin 2024**

Cut (Slide)	Storyline (Alur Cerita)	Aset Visual	Narasi (Voice Over) dan Ilustrasi	Perkiraan durasi
1.	Opening	Gambar:	Backsound musik	5 detik

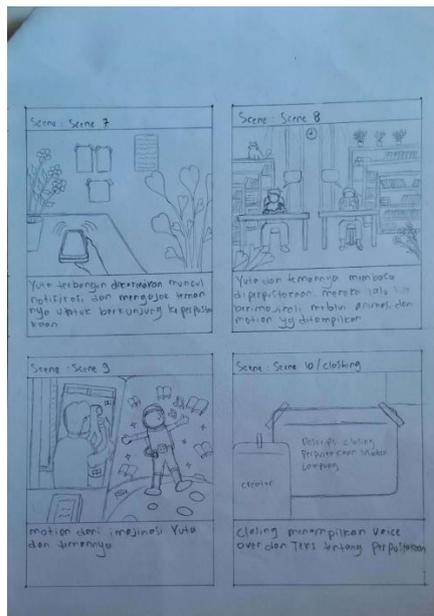
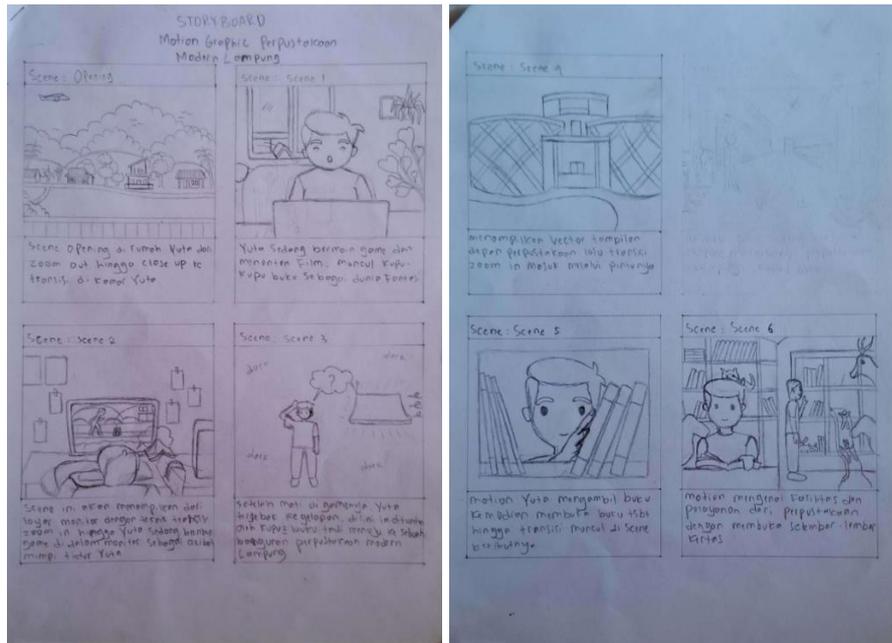
		Background Desa, pesawat, burung		
2.	Memulai mencari pengetahuan dengan menonton film dan bermain game melalui dunia fantasi petualangan	Gambar: Karakter Yuta, PC, Background Kamar Tidur	“Dunia dipenuhi dengan teka-teki yang menarik. Film memperkenalkanmu tentang kehidupan. Game membawamu memecahkan tantangannya. Dengan membaca, semua dunia petualangan dapat kamu ketahui”	5 detik
3.	Melupakan satu pengetahuan penting dalam petualangan	Gambar: Karakter Yuta, karakter buku, background film, background game	Backsound Musik	15 detik
4.	Menemukan jawaban dari pengetahuan yang belum diselesaikan	Gambar: Karakter Yuta, karakter buku, background ilmu	“hei apakah kamu melupakanku?”. “Mari ikut bersamaku untuk mencari tahu isi dunia yang belum kamu ketahui.”	15 detik

5.	Sebuah perpustakaan terbaik dengan sarana, fasilitas dan pelayanan untuk mencari wawasan dan pengetahuan	Gambar: Bangunan Perpustakaan Modern Lampung	“disinilah dunia dimana kamu bisa menemukan seluruh ilmu dan pengetahuan tanpa batas”	5 detik
6.	Menyediakan berbagai koleksi buku bacaan dan mulai membaca	Gambar: Rak buku, karakter Yuta, interior Perpustakaan	“tempat ternyaman kamu untuk mengekspresikan imajinasimu”	5 detik
7.	Menampilkan berbagai fasilitas dari Perpustakaan Modern Lampung	Gambar: Interior Ruang Baca, Ruang Anak dan Pojok Baca Digital		5 detik
8.	Mengajak teman untuk berkunjung ke Perpustakaan	Gambar: Handphone	Backsound Musik	10 detik
9.	Yuta dan Sheila membaca bersama	Gambar: Karakter Yuta, Karakter Sheila dan Background Ruang Baca	“Hai Yuta” “Halo”	5 detik

10.	Berhasil mencapai cita-cita yang ia impikan dengan pengetahuan, wawasan yang telah dipelajari	Gambar: karakter Yuta Astronot, Background Luar Angkasa	Backsound Musik “perluas ilmu pengetahuan dan ekspresikan imajinasimu dengan membaca”	10 detik
11.	Clothing	Gambar: Tampilan Pop up	“Kamu bisa mengunjungi Perpustakaan Modern Lampung” “Gen Emaz Tumbuhkan Literasi”	10 detik

### 3.2.9 Storyboard

*Storyboard* merupakan sebuah sketsa ilustrasi yang disusun berdasarkan storyline dan naskah cerita sebuah video dalam motion graphic dan animasi. *Storyboard* biasa berisi ilustrasi setiap klip atau scene.



**Gambar 3. 7 Storyboard Motion Graphic**

**Sumber Data: Wahyu Khoirudin 2024**