BAB IV
PROSES DESAIN DAN VISUALISASI

4.1. Pra Produksi

4.1.1. *Storyline*

Storyline merupakan susunan inti dari alur cerita yang menjadi fondasi naratiif dalam sebuah karya. Storyline berperan sebagai acuan penting ntuk menyusun perkembangan konflik yang disusun secara sistematis dari bagian awal hingga akhir cerita.

Tabel 4. 1 Storyline

SCN	Alur cerita	Visual	Perkiraan durasi
1	ACT 1-OPENING	Tempat sekolah ada sebuah tas berserakan dan seorang anak menangis	7 Detik
2	ACT 1-OPENING	Arga menghampiri asa dan menawari bantuan asa dan kemudian mereka menunggu jemputan orang tua mereka	7 Detik
3	ACT 1-OPENING	Dua kucing yang sedang duduk di pagi hari	4 Detik
4	ACT-1 Dua sisi	Arga dan Asa yang bangun dengan kondisi yang kontras	3 Detik
4	ACT-1 Dua sisi pengaruh lingkungan	Arga dan Asa sarapan dengan pola	3 Detik

		asuh orang tua yang kontras	
4	ACT-1 Asa pergi ke kampus	Asa melambai ke ibu di pagi hari yang cerah	2 Detik
5	ACT-1 Arg pergi ke kampus	Arga melambai ke ibu di pagi hari yang cerah	2 Detik
7	ACT-1 Arga bertemu asa	Arsa dan arga tiba secara bersamaan	4 Detik
7	ACT-1 mereka berdua sama sama tersenyum ingin menjalani kehidupan kampus	Menampilkan Close up arga dan ada tersenyum	6 detik
7	ACT-1 mereka berada di tahap pengenalan kampus	Asa dan arga ditampilkan dalam barisan yang sama	3 detik
8.	ACT-1 Asa melihat arga masuk kelas di sebelahnya	Asa dengan foreground arga masuk kelas	2 detik
9.	ACT-1 Arga mendengarkan dosen sedang menjelaskan	Arga sedang duduk dengan ruangan penuh mahasiswa lainnya	3 detik
9.	ACT-1 Asa mendengarkan dosen sedang menjelaskan	Asa sedang duduk dengan ruangan penuh mahasiswa lainnya	3 detik
10.	ACT-2 Asa melihat mahasiswa lainnya dan mengajak kenalandan disambut	Asa melambaikan tangan ke mahasiswa (sisi baik)	2 detik

	dengan baik		
10	ACT-2 Arga melihat asa berkumpul dengan mahasiswa lain	Medium Close up arga terlihat dia penasaran dengan Asa	2 detik
10.	ACT-2 Arga dilihat oleh mahasiswa lain (sisi buruk)	Asa terdiam bingung	3 detik
10.	ACT-2 Arga didatangi salah satu rombongan badside dan diajak berkumpul	Mahasiwa lain datang dari belakang dengan memegang pundak arga	5 detik
10.	ACT-2 Asa Melihat arga yang sudah berkumpul dengan mahasiswa (sisi buruk) asa disini tertarik untuk mengajak arga berteman tetapi melihat arga sudah berkumpul dia merasa dia sudah mempunyai tempatnya dan pergi lanjut	Asa melihat arga dan tersenyum lalu pergi	7 detiik
12	ACT2-Arga mulai bermain dengan tongkrongan mahasiswa (sisi buruk)	Arga dan mahasiwa lain berjalan ditempat yang aga kotor dan menuju bayangan yang	2 detik

		meyimbolkan lingkungan yang buruk	
13.	ACT3-Asa mulai bermain dengan tongkrongan mahasiswa (sisi baik)	Asa keluar dari tangga bawah tanah dengan cahaya yang cerah menyimbolkan dia menuju lingkungan yang baik	3 detik
14	ACT3-Arga dimalam hari ditawari rokok oleh mahasiswa (sisi buruk)	Teman arga melakukan beberapa aktivitas kenakalan remaja seperti minum minuman keras menyampah dan merokok	3 detik
15	ACT3-Asa berada di perpustakaan ditawari buku bersama temannya sedang membaca buku	Ruangan perpustakaan dengan asa dan teman-temannya menikmati membaca buku	3 detik
16.	ACT3-Arga berada dirumah disambut dengan kondisi rumah yang berantakan serta mendapati pola asuh lingkungan yang buruk	Ruangan keluarga dengan visual yang kelam dan kosong serta bentakan dari orang tua arga	3 detik

17	ACT3-Asa dirumah disambut dengan hangat keluarganya yang sedang duduk di meja makan	Ruangan keluarga dengan visual yang hangat dan bahagia	3 detik
18	ACT3-Arga sedang menongkrong dengan teman teman nya sedang bermain kartu di sebuah bar arga mengikuti temannya karena dia merasa di terima jika dia mengikuti apa yang temannya lakukan.	Ruangan bar yang kotor serta terdapat nilai mereka yang buruk dengan arga mengikuti perilaku teman nya namun dia terlihat tertekan	3 detik
19	ACT3-Asa berkumpul dengan temannya sembari mereview nilai yang mereka dapatkan	Ruangan fasilitas belajar kampus dengan asa tersenyum	3 detik
20	ACT3-Arga terlibat pertikaian dengan mahasiswa lain, akibat pola asuh yang buruk arga mengikuti perilaku yang orang tua nya lakukan dengan langsung marah dan meninju mahasiswa namu tidak kena dia yang terkena tonjokan dari	Ruangan kantin arga dengan ekspresi yang sangat marah serta asa yang memisahkan pertikaian dengan ekspresi kasihan asa kepada arga	8 detik

	mahasiswa lain yang berujung dengan pertikaian mereka dipisahkan asa dan asa merasa empati yang lebih mendalam melihat arga karena dia merasa ada sesuatu yang terjadi pad diri arga		
21	ACT3-Arga dimarahi dosen karena membuat keributan dikantin yang membuat arga merasa nambah terpuruk	Dosen menunju arga di ruangan dengan bayangan gelap pada arga	3 detik
22	ACT3-Arga diteriaki dan dimarahi karena membuat ricuh di kampus	Orang tua arga meneriaki arga yang terlhat sudah sangat tertekan.	3 detik
23	ACT3-Arga viral di internet dan dijadikan bahan olokan meme karena kejadian di kantin	Terlihat mahasiswi dan mahasiswa penyebab arga viral dan arga sedang duduk dikursi sedang	3 detik
24	ACT3-Arga bahkan diolok dan ditertawakan tongkrongannya karena viral di internet	Arga ditertawakan teman mahasiswanya (sisi buruk)	3 detik

26	ACT3-Arga ditunjuk oleh orang tua nya	Tangan orang tua arga menunjuk	2 detik
27	ACT3- Tekanan yang arga rasakan dari lingkungan keluarga yang serta lingkungan kampus yangmalah makin memperparah	Ekspresi arga tertekan dan depresi dengan garis garis yang berantakan dan background yang gelap menyimbolkan tekanan yang arga rasakan selama ini	10 detik
28.	ACT3- Ingatan arga tentan apa yang terjadi padanya di lingkungan keluarga yang selalu menggema dan menumpuk di kepalanya	Teriakan orangtua arga	6 detik
29	ACT3- Ingatan arga tentan apa yang terjadi padanya di lingkungan kampus olokan dan tawaan yang menggema dan menumpuk di kepalanya	Tawaaan teman teman arga	6 detik
30	Arga merasa tertekan namun mendengar suara kucing yang sedikit menyadarkan nya dari tekanan di otakny, Asa datang	Asa datang dam melempar roti kepada arga dan terlihat kucing yang sedang makan bersama. Asa	10 detik

	menghampiri arga dan kemudian memberikan nya roti untuk makan bersama kemudian menawarkan jabatan tangan kepada arga	menawarkan jabatan tangan yang menyimbolkan pertolongan dan harapan	

4.1.2. ***Storyboard***

Tahapan ini merupakan tahapan merubah alur cerita menjadi sebuah visual untuk memudahkan dalam pembuatan animasi. *Storyboard* pada hakikat nya merupakan wadah atau jembatan dal yang berfungsi mempermudah proses pebuatan film, dengan peran yang mencakup penggambaran alur cerita dari awal hingga akhir. Dengan adanya *Storyboard* proses pembuatan sebuah *film* ataupun animasi dapat berlangsung lebih terarah dan menghasilkan karya yang sesuai dengan visual dan cerita yang sudah di rencanakan (Hasminur et al., 2022).

Gambar 4. 1 *Storyboard*
(Sumber: Penulis, 2025)

4.2. Produksi

Produksi merupakan tahapan eksekusi pembuatan animasi. Dimana seluruh elemen yang sudah disiapkan pada tahapan pra-produksi di ubah menjadi gambar yang bergerak. Pembuatan animasi menggunakan teknik frame by frame dengan gabungan motion *keyframe*.

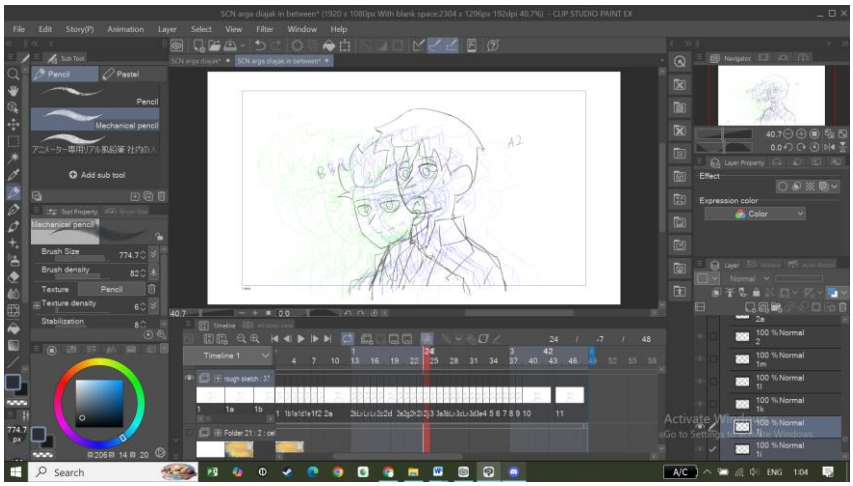
4.2.1. **Pembuatan Pergerakan**

Tahapan ini menggunakan teknik penggerakan animasi *frame by frame* yaitu dengan cara menggambar *frame* satu per satu. Tahapan ini mencakup pembuatan gambar kunci (*keyframe*), gambar antara (*inbetween*), animasi karakter, pergerakan latar, serta penambahan elemen pendukung seperti efek visual, tipografi, dan transisi antar adegan. Setiap elemen digambar dan dianimasikan berdasarkan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya, sehingga alur cerita dapat

disampaikan dengan runtut dan sesuai dengan pesan kampanye sosial yang ingin disampaikan.

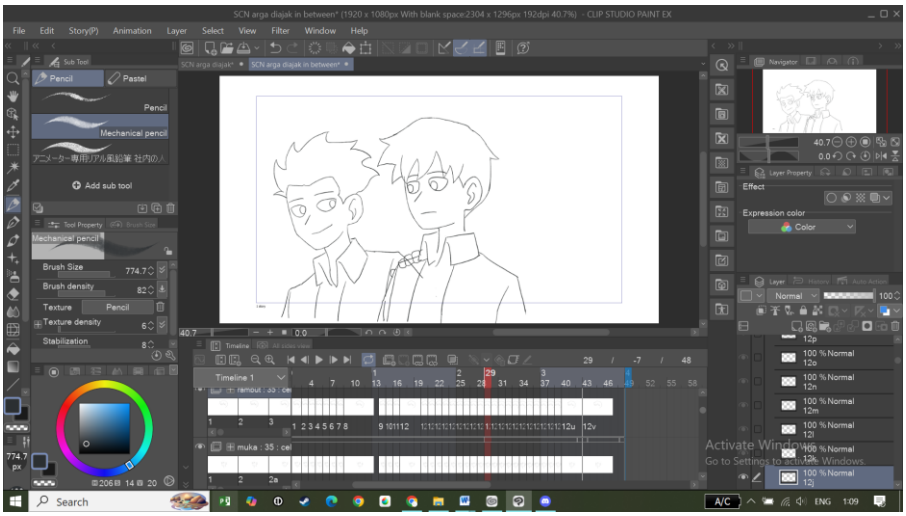
Gambar 4. 2 Pembuatan *Keyframe*
(Sumber: Penulis, 2025)

Pada tahap awal animasi frame by frame, *keyframe* atau gambar kunci perlu dibuat sebagai acuan utama untuk menentukan arah, tempo, dan perubahan gerak objek. *Keyframe* tersebut menjadi dasar bagi pembuatan in-between frame, sehingga alur pergerakan dapat tersusun lebih terstruktur, konsisten, dan sesuai dengan gerakan yang diinginkan



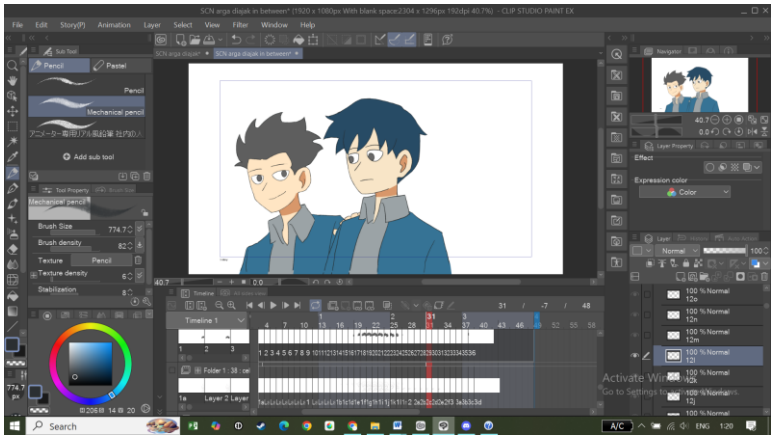
Gambar 4. 3 Pembuatan *Inbetween*
(Sumber: Penulis, 2025)

Setelah membuat *Keyframe* di lanjutkan dengan membuat *inbetween* yaitu gerakan di antara *keyframe* untuk menyempurnakan dan memperhalus gerakan animasi.



Gambar 4. 4 Pembuatan *Lining*
(Sumber: Penulis, 2025)

Kemudian dilanjutkan menimpa sketsa animasi dengan *lining* yang lebh rapi menggunakan *brush pen* dengan mewarnai karakter terlebih dahulu dengan menggunakan bucket fill tool untuk mempermudah dalam pewarnaan. Warna penting untuk memberikan visual yang lebih aktif dan menarik serta memberikan kedalaman yang ada pada karakter animasi



Gambar 4. 5 *Coloring* animasi
(Sumber: Penulis 2025)

Gambar 4. 6 *Background* animasi
(Sumber: Penulis, 2025)

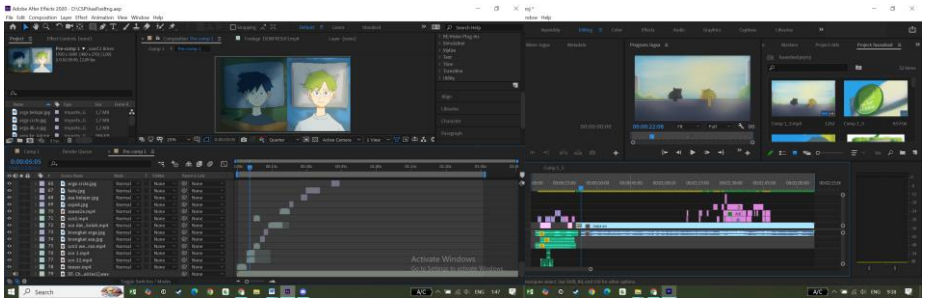
Background dibuat menggunakan aplikasi yang sama dengan mode ilustrasi untuk menjaga konsistensi gaya visual. Proses perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan warna, pencahayaan, dan komposisi agar mampu memperkuat interaksi antar karakter dalam setiap adegan. Selain itu, pemilihan elemen visual juga diarahkan untuk mendukung penyampaian emosi dan memperjelas konteks naratif yang divisualisasikan.

4.3. Pasca Produksi

Tahapan akhir yaitu pasca produksi yang merupakan proses penyelesaian dengan mengabungkan semua hasil video animasi tiap scene yang sudah di kerjakan. Pada tahapan ini diperlukan *software editing* seperti *Adobe After Effect* dan Adobe Premiere pro serta *Adobe Media Encoder* untuk proses *Export*

4.3.1. Editing Video Animasi

Editing merupakan tahapan menyusun semua scene menjadi satu kesatuan dengan menambahkan sound *design* serta mempercantik visual untuk menciptakan emosi yang lebih mendalam pada video animasi ini. Semua hasil video animasi yang sudah dibuat akan disusun menjad satu kesatuan dengan menggunakan *software Adobe After Effect* sembari menambahkan efek visual yang membuat visual menjadi lebih bagus menggunakan efek *glowy* dengan transparansi 15%.

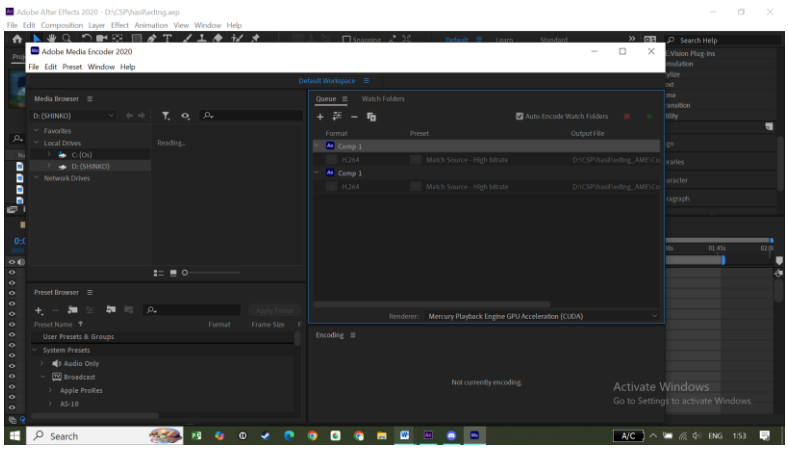


Gambar 4. 7 Tahapan *Editing*
(Sumber: Penulis, 2025)

Kemudian di lanjutkan dengan menggunakan *software Adobe Premiere Pro* menambah *background music classic* dramatis dari F.Chopin-Etude Op.10 No.3 ”tristesse” serta beberapa efek suara *non copyright* untuk membuat video animasi menjadi lebih dramatis dan emosional sehingga bisa membuat audience merasakan pesan yang disampaikan.

4.3.2. *Rendering* Video Animasi

Setelah tahap *editing* selesai kemudian dilanjutkan dengan tahapan rendering yaitu proses *export* menjadi format video mp4, *Rendering* dilakukan dengan menggunakan *software adobe media encoder* dengan settingan Full HD resolusi 1920x1080 aspect ratio 16:9.



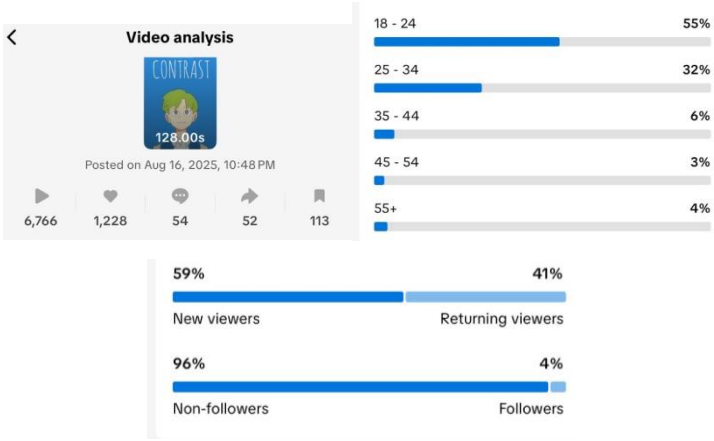
Gambar 4. 8 Tahapan *Rendering*
(Sumber:Penulis, 2025)

4.3.3. Uji Coba

Tahapan uji coba dilaksanakan melalui publikasi karya pada *social* media yang dimiliki penulis, yaitu instagram,TikTok, dan Youtube. Pemilihan ketiga platform ini didasarkan pada pertimbangan tingkat popularitas tinggi serta banyak diakses oleh remaja yang jadi sasaran utama kampanye sosial ini. Melalui publikasi ini, penulis berupaya melihat sejauh mana tingkat keterimaan,daya tarik, serta efektifitas animasi ini dalam menyampaikan pesan. Indikator yang diamati meliputi junlah tayangan, tanggapan berupa suka, komentar, maupun bentuk interaksi lainnya dari audience. Uji coba ini diharapkan mampu memberikan gambaran awal mengenai respons khalayak sekaligus dasar evaluasi untuk mengidentiifikasi aspek-aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

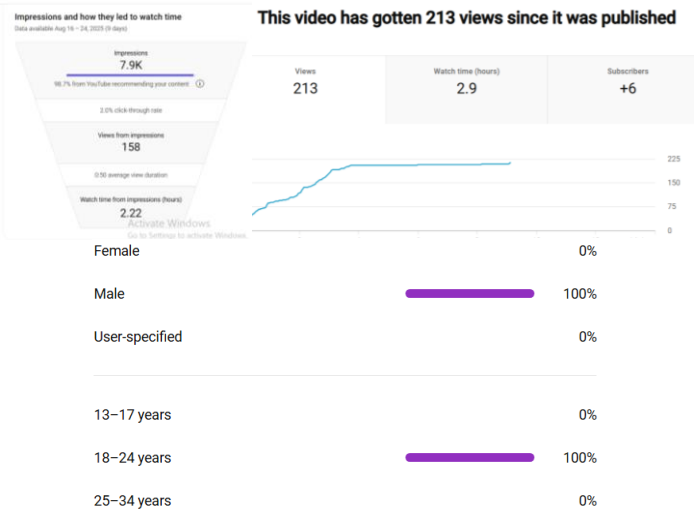
Gambar 4. 9 *Insight* Instagram
(Sumber: Penulis, 2025)

Berdasarkan hasil *insight* dari instagram anmasi ini terbukti efektif dengan jumlah *view* sebesar 10,099 yang 51,6% berasal dari *followers* dan 48,4% berasal dari *non-followers* dengan jangkauan akun 6,065, serta tingginya interaksi yang dilakukan pada postingan animasi ini yaitu 861 likes,95 komentar, 72 dibagikam, 92 diposting ulang, 54 disimpan. Hal ini memperlihatkan kampanye sosial tentang pengaruh lingkungan pada pembentukan karakter remaja menggunakan media animasi 2 dimensi terbilang berhasil diterima dan Respons yang diperoleh tidak hanya menunjukkan tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi, tetapi juga memperlihatkan adanya keterhubungan emosional (*relatability*) dengan pesan yang disampaikan, sebagaimana terlihat dari sejumlah komentar yang menyatakan pengalaman serupa dengan isi animasi.



Gambar 4. 10 Insight Tiktok
(Sumber: Penulis, 2025)

Berdasarkan hasil *insight* dari TikTok, animasi yang dipublikasikan menunjukkan efektivitas yang cukup baik dengan jumlah penayangan mencapai 6.766 kali. Dari keseluruhan penayangan tersebut, 96% berasal dari non-pengikut dan 59% berasal dari pengikut. Tingkat interaksi yang dihasilkan juga tergolong tinggi, ditunjukkan melalui 1.228 *likes*, 54 komentar, 52 kali dibagikan atau diposting ulang, serta 41 kali disimpan. Selain itu, berdasarkan data demografis, mayoritas penonton berada pada rentang usia 18–24 tahun yang sesuai dengan target audiens penelitian ini. Namun demikian, animasi juga menjangkau penonton di luar kelompok usia tersebut, yang menunjukkan adanya keterbukaan akses dan potensi penyebaran pesan kampanye sosial kepada audiens yang lebih luas.



Gambar 4. 11 *Insight* Youtube
(Sumber: Penulis, 2025)

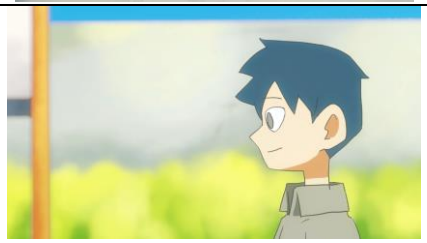
Berdasarkan *insight* dari youtube animasi ini terbukti diterima meskipun tidak sebesar instagram dan tiktok. Pada youtube berhasiil meraih 213 view dengan usia yang sesuai dengan sasaran audience yaitu 18-24 tahun, dengan impression 7,9K direkomendasikan oleh youtube dengan interaksi pada video sebanyak 10 komentar positif.

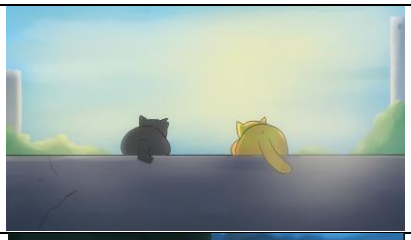
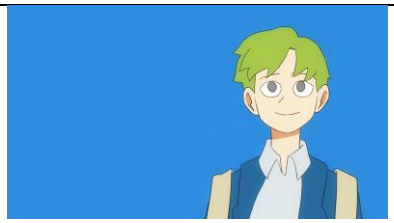
4.4. Final Karya

Final karya merupakan hasil akhir dari proses perancangan animasi 2 dimensi berjudul "*Contrast*" yang telah melalui sejumlah tahapan penting, mulai dari penelitian awal, pembuatan konsep, perancangan naskah hingga proses produksi animasi 2 dimensi. Semua tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa final karya animasi 2 dimensi ini dapat menyampaikan pesan secara efektif baik secara visual maupun naratif dan sesuai dengan tujuan desain yang telah ditetapkan sebelumnya.

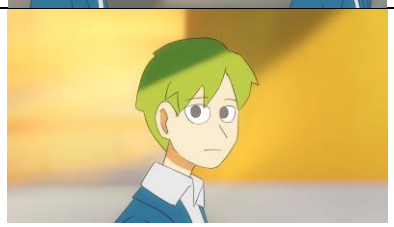
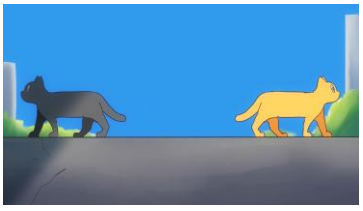
Tabel 4. 2 Final Karya

NO	Scene Video Animasi	Deskripsi Video	Durasi
1		Intro pembuka pagi hari yang cerah banyak suara anak bermain disinar dengan cahaya yang hangat	2 Detik
2		Sebuah tas tergeletak beserta isinya merupakan tas asa yang baru menerangkan bahwa dia baru saja di bully.	2 Detik
3		Asa menangis tersedu-sedu karena tas nya di berantakin dan di bully oleh teman-teman sekolah nya.	3 Detik

4		Tangan Arga yang menawarkan pertolongan pada asa.	3 Detik
5		Asa mendengar suara yang datang dan melihat arga datang yang menawarkan pertolongan dengan jabatan tangan.	2 Detik
6		Arga tersenyum dengan empati terhadap asa yang sedang menangis	2 Detik
7		Transisi scene tempat menunggu jemputan orang tua karena arga mengajak asa menunggu jemputan bersama	3 Detik
8		Arga menawarkan eskrim pada asa.	2 Detik
9		Mereka dijemput dan berpamitan asa sangat berterimakasih dengan arga	3 Detik
10		Arga tersenyum dan berharap dia bakal bertemu lagi dan diakhiri dengan dip to black.	2 Detik

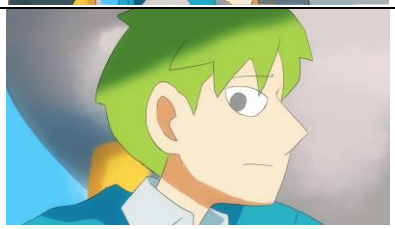
11		Dua kucing yang sedang duduk di pagi hari	5 Detik
12		Arga dan Asa yang bangun dengan kondisi yang kontras	5 Detik
13		Arga dan Asa sarapan dengan pola asuh orang tua yang kontras	3 Detik
14		Asa melambai ke ibu di pagi hari yang cerah untuk berangkat ke kampus	2 Detik
15		Arga melambai ke ibu di pagi hari yang cerah untuk berangkat ke kampus	2 Detik
16		Arsa dan arga tiba di kampus secara bersamaan. Arga melihat asa dan dia mengenali asa.	4 Detik
17		Asa tersenyum siap menghadapi kehidupan kampus	3 Detik

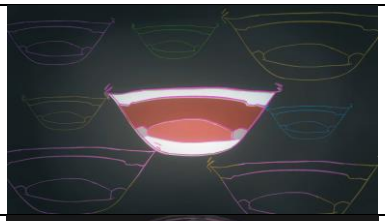
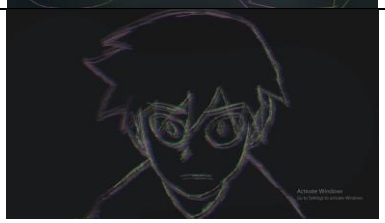
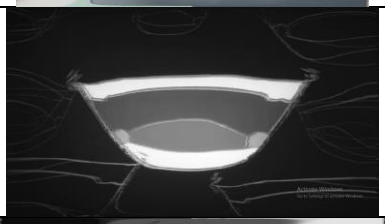
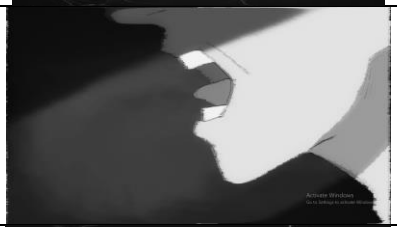
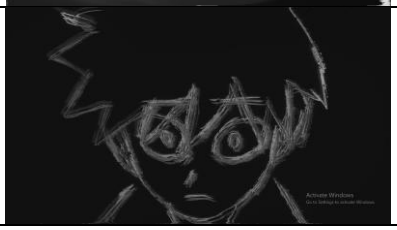
8		Arga tersenyum siap merubah hidup nya menjadi lebih tenang dengan kehidupan kampus	3 Detik
9		Asa dan arga ditampilkan dalam barisan yang sama	3 detik
10		Arga masuk kelas yang berbeda dengan asa, asa melihat arga dan mengenalinya	2 detik
11		Arga mendengarkan penjelasan dari dosen	3 detik
12		Asa mendengarkan penjelasan dari dosen	3 detik
13		Asa mencoba untuk berteman dan melambaikan tangannya ke mahasiswa (goodside)	2 detik
14		Arga senang melihat asa sudah memiliki teman ia terdorong ingin bergabung tetapi arga dilihat oleh kumpulan mahasiswa lain	2 detik

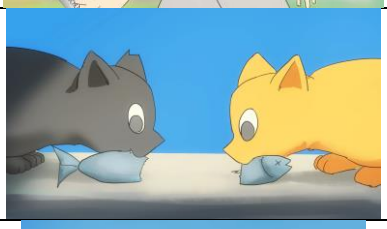
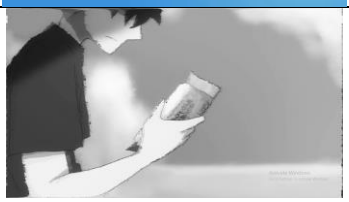
15		Kumpulan mahasiswa yang melihat arga	3 detik
16		Arga diajak salah satu kumpulan mahasiswa tersebut untuk bergabung dengan mereka.	5 detik
17		Asa dan teman baru nya pergi namun asa berhenti sejenak karena menyadari sesuatu	3 detik
18		Asa melihat arga yang sudah memiliki kumpulan teman	3 detik
19		Arga dengan kumpulan mahasiswa yang mengajak nya bergabung.	2 detik
20		Asa tersenyum dan lanjut pergi mengikuti temannya	2 detik
21		Dua kucing pergi dengan arah yang berbeda merupakan simbolisasi mereka mendapatkan pengaruh lingkungan pertemanan yang berbeda	3 detik

22		Arga dan mahasiswa lain berjalan ditempat yang aga kotor dan menuju bayangan yang meyimbolkan lingkungan yang buruk	2 detik
23		Asa keluar dari tangga bawah tanah dengan cahaya yang cerah menyimbolkan dia menuju lingkungan yang baik	2 detik
24		Teman arga melakukan beberapa aktivitas kenakalan remaja seperti minum minuman keras menyampah dan merokok	2 detik
25		Arga ditawari rokok oleh temannya	3 detik
26		Ruangan perpustakaan dengan asa dan teman-temannya menikmati membaca buku	3 detik
27		Asa ditawari buku oleh teman nya	3 detik
28		Arga pulang dengan ruangan keluarga yang kelam dan berantakan serta kaca yang pecah	3 detik

29		Arga dimarahi oleh orang tua nya	3 detik
30		Asa pulang dengan ruangan keluarga yang hangat dan keluarganya tengah sedang bersiap untuk makan bersama	3 detik
31		Ayah dan adik nya asa bercanda dengan asa	3 detik
32		Arga mengikuti perilaku teman nya dan sedang berkumpul di bar dan terlihat nilai mereka yang kecil	3 detik
33		Asa berkumpul dengan teman teman nya membahas nilai ujian yang mereka dapatkan di ruang belajar kampus	3 detik
34		Arga terlibat bentrok dengan mahasiswa lain di kantin	3 detik
35		Dikarenakan dia sering tertekan oleh orang tua nya mengakibatkan amarah dia terlepas hebat dan menyerang meskipun tidak kena	3 detik

36		Arga mendapatkan tinjuan dari teman nya dan berujung dengan dipisahkan oleh asa dan teman-temannya	2 detik
37		Asa merasa empati dan merasa ada yang sesuatu yg terjadi pada diri arga	2 detik
38		Arga dimarahi dosen dan di tegur karena menimbulkan keributan di kantin	2 detik
39		Arga diam diam direkam dan viral di internet dan kampus karena teriak marah dan meninju tapi tidak kena lawannya	3 detik
40		Setelah semua yang terjadi arga merasa semakin lama semakin menambah tertekan	1 detik
41		Arga dimarahi oleh orang tua nya lagi dan lagi	1 detik
42		Orang tua arga meneriaki arga	3 detik

43		Teman kumpulan baru arga malah menertaawakannya karena arga dijadikan mem viral akibat kejadian perkelahian di kantin	1 detik
44		Tertawaaan teman-teman nya dan satu kampus nya	2 detik
45		Arga merasa semakn tertekan	2 detik
46		Tunjukan yang dilakukan oleh orang tua dan dosennya	2 detik
47		Tertawaaan dan visualisasi semakin gelap menandakan asa yang semakin tenggelam dengan pikirannya	2 detik
48		Teriakan orang tua nya yang selalu menghantui telinga dan pikirannya	2 detik
49		Arga semakin tenggelam dan tertekan dengan semua yang terjadi dengan semua nya	2 detik
50		Arga tidak kuat dengan semua tekanan dan ingin menangisi semua yang terjadi dengannya (warna yang menjadi hitamputih	3 detik

		menandakan kehampaan dan kerusakan arga)	
51		Asa datang membawa sebuah roti dua rasa coklat dan keju	2 detik
52		Kucing makan bersama mennyimbolkan pertemuan asa dan arga yang disatukan oleh makanan	2 detik
53		Roti dua rasa coklat dan keju yang di lemparkan pada arga	2 detik
54		Arga menerima roti dari asa dan melihat ada tulisan di belakang roti.	2 detik
55		Tulisan “look Up!” yang berarti lihat keatas ! merupakan seruan untuk tidak selalu lihat kebawah (masa lalu) masih ada langit harapan yang belum dilihat	2 detik
56		Arga melihat asa dan meliihat asa seperti harapan yang datang pada nya secara tiba-tiba	3 detik
57		Asa melihat arga dengan penuh empati sama seperti saat arga melihat asa ketika menolong nya saat masih kecil	3 detik

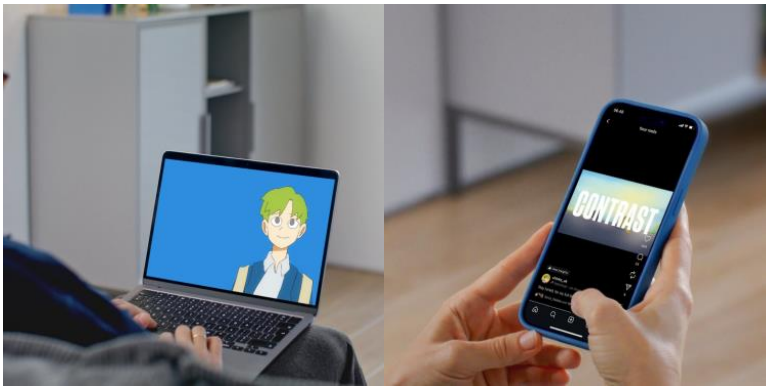
58		Arga memberikan pertolongan pada arga yang sedang terpuruk	3 detik
59	CONTRAST	JUDUL "*CONTRAST*"	4 detik
60	"EVERY ACT WE DO LEAVES RIPPLES IN SOMEONE'S WORLD"	SLOGAN "Setiap tindakan akan berdampak pada dunia orang lain"	3 detik

4.5. Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah animasi 2 dimensi berupa short *film* Dengan resolusi 1920 x 1080 piksel. Animasi ini menjadi produk inti yang menyampaikan pesan kampanye sosial melalui visual dan narasi yang dirancang khusus sesuai tema. Animasi ini kemudian akan dipublikasikan melalui platform media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok sebagai sarana publikasi utama. Pemilihan media sosial ini disesuaikan dengan kebiasaan target audience yang secara aktif mengakses konten visual di platform media sosial tersebut.

4.5.1. **Media Publikasi**

Animasi 2 dimensi ini dipublikasikan melalui platform media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok sebagai sarana publikasi utama. Pemilihan media sosial ini disesuaikan dengan kebiasaan target audience yang secara aktif mengakses konten visual di platform media sosial.



Gambar 4. 12 *Mock up* Media Publikasi
(Sumber: Penulis, 2025)

4.6. Media Pendukung

Media pendukung yang sudah di sesuaikan digunakan untuk kebutuhan dari desain utama. Adapun media pendukung yang di pakai sebagai berikut :

4.6.1. **Poster**

Poster digunakan sebagai media promosi secara online yang untuk meningkatkan rasa penasaran dan menarik audience untuk menonton *short film* animasi *contrast.*

Gambar 4. 13 Poster Digital
(Sumber: Penulis, 2025)

4.6.2. **Standee**

Gambar 4. 14 Standee *Mock up*
(Sumber: Penulis, 2025)

Standee merupakan media promosi visual berbentuk cetakan berukuran besar yang ditempatkan di area strategis secara eksternal untuk menarik perhatian khalayak. Dalam konteks penelitian ini, standee menampilkan ilustrasi karakter utama yang merepresentasikan identitas visual dari kampanye sosial. Kehadiran karakter pada standee tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang mampu memperkuat pesan kampanye, meningkatkan daya ingat audiens, serta menciptakan keterikatan emosional dengan target sasaran. Dengan demikian, standee berperan penting sebagai medium promosi tambahan yang mendukung penyebaran pesan secara lebih luas di ruang publik.

4.6.3. **Videotron**

Gambar 4. 15 Videotron *Mock up*
(Sumber: Penulis, 2025)

Videotron digunakan sebagai media pemutar video animasi untuk menyampaikan pesan secara umum dan menjangkau audience yang lebih banyak di satu tempat yang luas dan sering orang lewat.

4.6.4. **Baliho**

Gambar 4. 16 Baliho *Mock up*
(Sumber: Penulis, 2025)

Baliho merupakan salah satu bentuk media luar ruang yang memiliki daya jangkau luas karena ditempatkan pada lokasi strategis seperti jalan raya, persimpangan, maupun kawasan pusat aktivitas masyarakat. Ukurannya yang besar memberikan visibilitas tinggi sehingga pesan dapat tersampaikan secara cepat dan mudah ditangkap oleh audiens dalam waktu singkat. Sebagai media promosi, baliho efektif digunakan untuk memperkenalkan dan memperkuat pesan kampanye animasi karena mampu menarik perhatian khalayak dengan tampilan visual yang mencolok.

4.6.5. **Stiker**

Gambar 4. 17 Stiker *Mock up*
(Sumber: Penulis, 2025)

Stiker digunakan sebagai salah satu media promosi karena bentuknya yang sederhana namun memiliki daya tarik visual tinggi. Dengan desain menarik dan pesan singkat, stiker dapat ditempel di berbagai media seperti buku, laptop, atau botol minum sehingga pesan promosi lebih mudah tersebar. Sifatnya yang fleksibel dan tahan lama menjadikan stiker sebagai media promosi yang efektif untuk menjangkau audiens dalam jangka waktu panjang.