

### BAB III

#### STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

#### 3.1. Strategi Perancangan

##### 3.1.1. Khalayak Sasaran

##### 1. Demografis

Demografis merupakan pembagian pasar pada sasaran audiens berdasarkan karakteristik *audience*.

Tabel 3. 1 Demografis

|                |                           |
|----------------|---------------------------|
| Target sasaran | : Remaja                  |
| Usia           | : 17-22 Tahun             |
| Jenis kelamin  | : Laki-laki dan Perempuan |
| Pendidikan     | : Perguruan Tinggi        |

##### 2. Geografis

Geografis merupakan lokasi sasaran tempat kelompok pada sasaran *audience* berada. Tempat kelompok pada perancangan ini yaitu audiens yang berada di negara Indonesia provinsi Lampung tepatnya di kota Bandar Lampung

##### 3. Psikografis

Psikografis menggambarkan karakteristik audiens seperti perilaku, gaya hidup, dan sikap. Sasaran psikografis pada perancangan ini yaitu remaja yang aktif dalam interaksi sosial pada suatu lingkungan, aktif dalam kegiatan *social media*, peduli dengan lingkungan sosial yang mereka tinggali, dan memiliki ketertarikan pada visual.

##### 3.1.2. Tujuan Komunikasi

Perancangan Kampanye sosial dengan media animasi 2 dimensi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan sekaligus meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengaruh lingkungan, dalam aspek positif maupun negatif pada remaja. Animasi 2 dimensi ini akan memberikan gambaran

dampak nya bagi pembentukan karakter pada remaja, dan diharapkan perancangan ini dapat mengurangi dampak dari lingkungan yang buruk bagi remaja serta bisa membantu remaja menuju perkembangan karakter yang positif.

### **3.1.3. Pendekatan Komunikasi**

Metode pendekatan komunikasi berguna agar pesan yang akan disampaikan sesuai dengan tujuan nya.

#### **1. Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal dalam perancangan ini menggunakan bahasa Inggris dan Indonesia dalam penggunaan judul dan juga dukungan text yang akan dibutuhkan di dalam perancangan animasi ini.

#### **2. Pendekatan Visual**

Pendekatan visual yang digunakan yaitu melalui media animasi 2 dimensi dengan storytelling menggunakan narasi visual. Karena memang menggunakan narasi visual dapat memberi perasaan empati yang lebih mendalam dan membuat penyampaian pesan menjadi lebih terfokus dan jelas. Tujuan menggunakan pendekatan visual agar sasaran audiens lebih merasakan perasaan yang ada pada animasi 2 dimensi ini dan menimbulkan empati dengan apa yang sedang diceritakan di dalam perancangan animasi ini.

### **3.1.4. Strategi Kreatif**

Strategi kreatif dibutuhkan untuk menarik minat sasaran audiens dengan penyampaian pesan dengan ide dan konsep yang unik dan menarik, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan informatif.

#### **1. Isi Pesan**

Animasi 2 dimensi ini berisi pesan untuk memberikan gambaran tentang dampak pengaruh lingkungan pada remaja dan menyampaikan pesan pentingnya untuk memperhatikan perkembangan karakter pada remaja dan lingkungan dimana mereka tumbuh, Hal ini diperlukan untuk menciptakan remaja dengan karakter yang positif dan menghindari lingkungan yang

bisa merugikan diri mereka sendiri.

## 2. Bentuk Pesan

Bentuk pesan yang disampaikan kepada target audiens dengan pendekatan empati dan emosional berupa kampanye sosial menggunakan animasi 2 dimensi yang dibuat dengan dramatis secara audio maupun visual. Pesan akan disampaikan dalam bentuk *film* animasi pendek dengan alur cerita dramatis tentang dua remaja yang mengalami nasib berbeda karena pengaruh lingkungan dan apa dampaknya pada mereka.

### 3.1.5. Strategi Media

Strategi media diperlukan untuk menyebarkan informasi dan mencapai audiens dengan cepat, Strategi yang digunakan oleh penulis antara lain sebagai berikut

#### 1. Media utama

Pada penyampaian kampanye sosial pengaruh lingkungan pada pembentukan karakter remaja ini menggunakan media utama yang dikemas dalam bentuk animasi 2 dimensi.

#### 2. Media Pendukung

Untuk perancangan animasi ini memerlukan pelengkap media utama dalam penyampaian pesan kepada target audiens. Media pendukung yang digunakan yaitu pada media online berupa poster digital. Media *offline* berupa Baliho, Videotron, *X-Banner*. *Merchandise* juga dibutuhkan untuk menarik minat audiens seperti, stiker, pin, dan totebag.

### 3.1.6. Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana penyebaran media pada target audiens, Dalam perancangan ini hasil akan disebar menggunakan media audio visual berbentuk animasi 2 dimensi dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini dikarenakan target audiens perancangan ini merupakan remaja akhir yang mayoritas mempunyai smartphone serta mempunyai *social media* dan menyukai animasi 2 dimensi, Strategi ini

bisa membuat kampanye sosial cepat sampai pada target audiens.

### 3.2. Konsep Visual

#### 3.2.1. Konsep Program

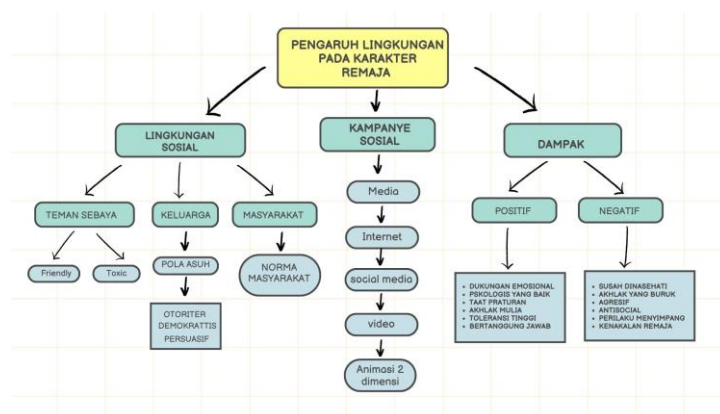
Dalam perancangan ini konsep Program bertujuan untuk menggabungkan ide atau gagasan dalam membuat visual animasi dengan estetika yang menarik. Konsep Program menjadi landasan sang penulis dalam menentukan arah visual nantinya dalam proses produksi.

##### 1. Tema Perancangan

Perancangan ini mengangkat tema fenomena pengaruh lingkungan sosial terutama lingkungan pertemanan terhadap pembentukan karakter remaja. Tema ini dipilih untuk menambah kesadaran dan pemahaman remaja mengenai pentingnya memilih lingkungan sosial yang baik.

##### 2. Mindmapping

*Mindmap* merupakan kerangka yang berisi pemetaan pemikiran berupa kata kunci yang penting yang dibuat dalam bentuk peta-peta ide, dalam *design mindmap* digunakan untuk memetakan ide-ide yang hasilnya berupa konsep visual (Djunaedi et al., 2024).

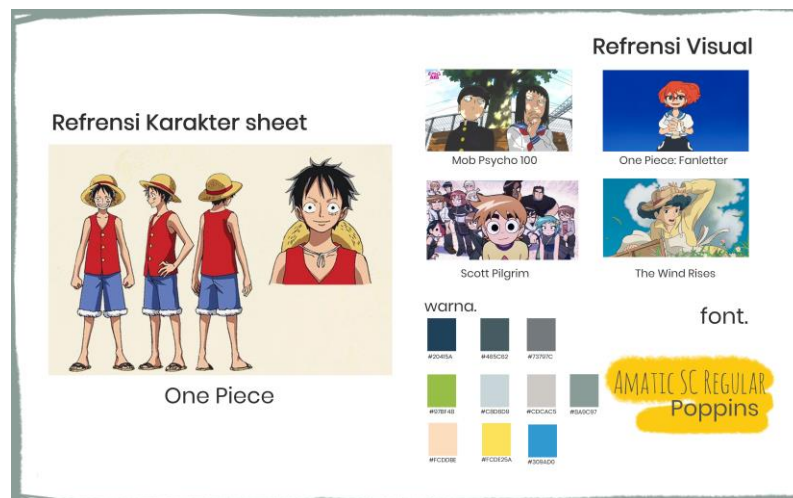


**Gambar 3. 1** Mindmap  
(Sumber: Penulis, 2025)

##### 3. Moodboard

*Moodboard* digunakan untuk mengumpulkan referensi, ide, serta menjadi landasan dalam pengembangan konsep dan desain yang

berujuan untuk mendukung proses kreatif dan komunikasi dalam *design* (Hananto et al., 2024).



**Gambar 3. 2** Moodboard  
(Sumber: Penulis, 2025)

#### 4. Judul Program

Animasi 2 dimensi ini akan mengambil judul dari bahasa inggris yaitu *CONTRAST* yang artinya kontras. Judul ini bermakna perbedaan akan sesuatu, didalam kehidupan ini ada konsep yang selalu bertolak belakang dan melawan satu sama lain seperti konsep yin dan yang, positif dan negatif, serta baik dan buruk. Judul ini sangat cocok menggambarkan keseluruhan cerita dari perancangan animasi ini yaitu perbedaan kehidupan antara remaja yang mengalami pengaruh dan nasib yang bertolak belakang.

#### 5. Durasi Program

Animasi 2 dimensi ini direncanakan akan berdurasi sekitar 120 detik, hal ini disebabkan kampanye sosial dapat membuat orang beralih ke video lain jika durasi video animasi terlalu panjang.

#### 6. Strategi Penyajian Pesan

Penyajian pesan akan disampaikan dengan pendekatan emosional dengan menekankan visual yang dramatis dengan pesan positvisme untuk memberikan harapan positif dalam memilih lingkungan yang baik.

## 7. Narasi

Arga dan Asa merupakan teman yang saling bertolak belakang sejak kecil, mereka merupakan dua sisi koin yang berbeda namun mereka tetaplah manusia yang sama dengan kontras perbedaan yang tercipta diantara mereka karena pengaruh dari lingkungan sekitar yang ada pada kehidupan mereka. Arga mengalami nasib penuh dengan pengaruh buruk dari lingkungan keluarga hingga pertemanan yang mendorong arga menjadi remaja dengan karakter dan perilaku buruk yang mengakibatkan kerugian pada diri nya sendiri. Asa mengalami nasib dengan dukungan supportif dari lingkungan nya dipenuhi oleh pengaruh positif yang mendorong asa menjadi remaja dengan karakter dan pribadi baik yang banyak menciptakan manfaat bagi dirinya sendiri. Slogan pada animasi ini yaitu semua *“Every act we do leaves a ripples on someone’s world”* yang artinya setiap tindakan akan berdampak pada dunia orang lain.

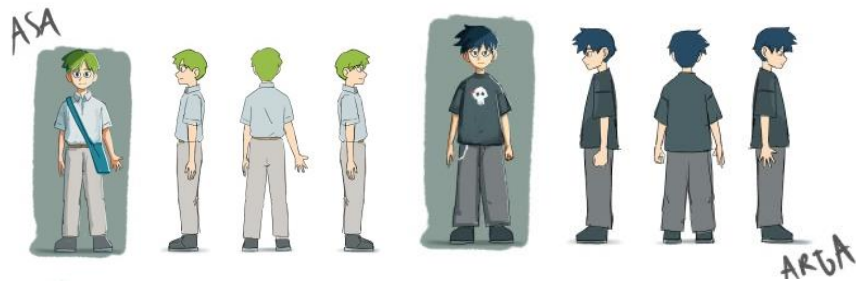
### 3.2.2. Sinopsis

Arga adalah remaja yang tumbuh dalam lingkungan keluarga dan pertemanan yang kurang baik sehingga membentuk karakter negatif. Sebaliknya, Asa dibesarkan dengan dukungan keluarga yang hangat dan lingkungan yang sehat, menjadikannya remaja berkarakter positif. Pertemuan kembali keduanya menegaskan betapa kuatnya pengaruh lingkungan dalam membentuk karakter individu.

### 3.2.3. Deskripsi Karakter

Video animasi ini memiliki dua karakter utama yaitu Asa yang merupakan seorang anak aura positif dengan pengaruh lingkungan yang baik. Asa di desain dengan warna yang cerah yang mewakili sifatnya dan juga asa disimbolkan sebagai harapan.

Arga karakter yang mengalami nasib yang berbanding terbalik dengan asa dengan aura yang negatif akibat pengaruh lingkungan yang buruk Arga di desain dengan warna yang mewakili sifat dan takdirnya arga disimbolkan sebagai keterpurukan.



**Gambar 3. 3 Design Karakter**  
(Sumber: Penulis, 2025)

#### 3.2.4. Jenis Huruf

Tipografi atau font merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi yang memiliki sifat verbal dan properti visual yang efektif (Rahma & Utami, 2021). Tipografi merupakan gabungan unsur seni dan teknik dalam pembuatan huruf yang bertujuan untuk menyampaikan makna tulisan secara visual, salah satu jenis font yang memiliki kesan alami adalah script atau handwriting. Sementara itu sans serif merupakan jenis font yang tidak memiliki ekor pada ujung huruf dengan tampilan tegas dengan tingkat keterbacaan yang tinggi untuk mengutamakan kejelasan informasi (Tambunan et al., 2023).

Amatic Sc Regular dipilih karena Font ini memiliki gaya tulisan tangan dan struktur tulisan yang tidak teratur dan rapuh, ini mewakili karakteristik yang mempresentasikan remaja yang masih belum terbentuk secara karakter dan masih labil dan mudah terpengaruh dan cocok untuk dijadikan judul dan juga text pendukung seperti slogan.



**Gambar 3. 4 Font Amatic SC Regular**  
(Sumber: <https://www.1001fonts.com/amatic-sc-font.html>)

### 3.2.5. Gaya Visual

Perancangan ini menggunakan gaya visual yang terinspirasi dari gaya animasi yang sedang trend dan banyak digemari oleh kalangan remaja hingga dewasa saat ini yaitu gaya visual kartun jepang yang disebut dengan *anime*. Berikut merupakan refrensi dalam penggunaan gaya visual yang akan diterapkan pada perancangan animasi ini.



**Gambar 3. 5** Animasi 2D *One Piece: Fan Letter*  
(Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Iszdc1lqqnQ>, 2024 )



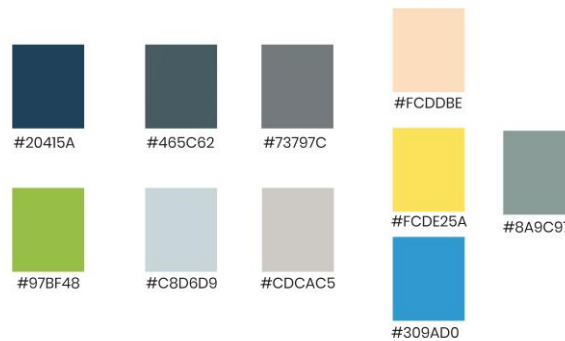
**Gambar 3. 6** Animasi 2D *Scott Pilgrim Takes Off*  
(Sumber: <https://www.netflix.com/tudum/articles/scott-pilgrim-takes-off-date-announcement>, 2024)

### 3.2.6. Pemilihan Warna

Warna merupakan elemen krusial dalam suatu objek desain, karena dengan warna seseorang bisa menyampaikan pesan, menunjukan identitas serta membedakan sifat karakter dari berbagai bentuk visual dengan jelas (Damayantie et al., 2021). Pemilihan warna sangat penting dalam pembuatan visual karena warna akan menggambarkan emosi dan

perasaan karakter yang ada didalam animasi 2 dimensi ini.

1. Pemilihan warna *lime green* (#97BF48), *Pale blue* (C8D69), *warm gray* (#CDCAC5) menggambarkan karakter Asa yang memiliki kepribadian baik, ceria serta membawa aura positif dan kehangatan bagi setikar nya.
2. Sedangkan *Navy blue* (#20415A), *slate gray* (#465C62), *ash gray* (#97BF48). Menggambarkan karakter Agra yang memiliki kepribadian yang serius konservatif, misteri dan keterpurukan.
3. Warna *lemon yellow* (#FCDE25A), *sky blue* (#309ADO), *sage green*(#8A9C97), berguna sebagai pendukung dalam penggunaan pencahayaan, warna langit, dan bayangan.



**Gambar 3. 7** Pemilihan Warna  
(Sumber: Penulis, 2025)