JURNAL SELARAS RUPA
Vol. 1 No 2 - Desember 2020
p-ISSN (Print), e-ISSN (Online)
Available Online at :
https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa

PERANCANGAN ANIMASI PENDEK DAN MEDIA PROMOSI "*BASWARA*"

Brahma Ananda Antriksa [1], Gede Pasek Putra Adnyana Yasa[2], Gede Lingga Ananta Kusuma Putra[3]

[1,2,3]Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: brahma.ananda.a@gmail.com[1], pasekputra99@gmail.com[2], linggaananta@std-bali.ac.id[3]

INFORMASI ARTIKEL

Received : November, 2020
Accepted : November, 2020
Publish online : Desember, 2020

A B S T R A C T

Bali has a culture such as the Ogoh - Ogoh parade and the philosophy of the Tawur Kasanga ceremony which can be an inspiration for animation. Starting from this, the writer wants to develop a new original story inspired by elements of Balinese culture. This short animated story will be realized through the short animation "Baswara" and is expected to be accepted and attracted by the children. Data collection was carried out through observation, interviews, questionnaires, literature study, documentation, and online data search. To achieve this goal the writer needs a promotional media with the concept of "Art Imagination". This concept means that Balinese culture can be packaged imaginatively and creatively. This short animation media requires promotional media in the form of video trailers, posters, CD packaging, x-banners, social media, stickers, standees, t-shirts. Through the support of this promotional media, it is hoped that it can increase children's enthusiasm for local animation. So it is hoped that Baswara's short animation can be widely known and popular among children.

Key words : *Animation, Promotion, Baswara, Bali*

A B S T R A K

Bali memiliki budaya seperti pawai Ogoh – Ogoh dan filosofi dari upacara Tawur Kasanga yang bisa menjadi inspirasi membuat animasi. Berangkat dari sinilah penulis berkeinginan untuk mengembangkan cerita original baru yang terinspirasi dari unsur budaya Bali. Cerita animasi pendek ini akan diwujudkan melalui animasi pendek "*Baswara*" dan diharapkan bisa diterima dan diminati anak - anak. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuisioner, kepustakaan, dokumentasi, dan penulusuran data online. Untuk mencapai tujuan tersebut penulis membutuhkan media promosi dengan konsep "Imajinasi Seni". Konsep ini berarti budaya bali bisa dikemas dengan imajinatif dan kreatif. Media animasi pendek ini membutuhkan media promosi berupa video trailer, poster, kemasan CD, x-banner, media sosial, stiker, standee, t-shirt. Melalui dukungan media promosi ini diharapkan bisa meningkatkan rasa antusias anak - anak kepada animasi lokal. Maka diharapkan Animasi pendek *Baswara* bisa di kenal secara luas dan populer di kalangan anak anak.

Kata Kunci: Animasi, Promosi, *Baswara*, Bali

PENDAHULUAN

Animasi saat ini bisa ditemukan dan digunakan dalam berbagai hal dan cabang keilmuan. Animasi bisa dibuat berupa film, kebutuhan komersil, serial, dan video musik. Pada umumnya terdapat dua jenis animasi yang diketahui saat ini yaitu animasi tiga dimensi dan dua dimensi. Dunia animasi mulai berkembang secara masif sejak tahun 2000-an hingga saat ini. Dalam rentang waktu tersebut, anak – anak disuguhi tontonan animasi yang berasal dari luar Indonesia. Animasi buatan luar seperti Upin & Ipin, Naruto, dan Spongebob Ssquarepants masih eksis sampai sekarang. Walaupun terdapat beberapa animasi buatan lokal yang pernah tayang di telivisi, hal itu belum mampu menyaingi animasi luar baik dari segi jumlah dan peminatnya. Animasi yang mengangkat kebudayaan lokal sebenarnya ada dan dapat ditemukan pada platform seperti Youtube dan Instagram. Namun karena dari segi produksi masih skala individu, maka animasi ini masih kurang dikenal. Sejauh ini belum ada animasi lokal yang mengangkat atau terinspirasi dari budaya, unsur kedaerahan, dan kesenian yang ada di Indonesia kemudian sukses di pasaran.

Akibat dari fenomena ini adalah anak - anak mengenal berbagai budaya luar yang diperkenalkan melalui animasi yang ada. Misalnya saja anak - anak mengenal hal seperti ninja, musik, dan bahasa Jepang melalui animasi Naruto. Dari sini bisa dilihat jika Indonesia membuat animasi dengan budaya dan kesenian yang dimiliki, maka animasi bisa digunakan untuk melestarikan atau setidaknya memperkenalkan hal tersebut. Selain itu animasi dengan ide cerita original dari Indonesia bisa digunakan sebagai sarana edukasi kepada anak - anak. Penulis menilai Indonesia membutuhkan lebih banyak animasi yang ceritanya original buatan lokal. Dari segi potensi Indonesia sesungguhnya memiliki semua faktor yang dibutuhkan untuk membuat animasi. Sumber daya manusia yang dimiliki sudah cukup memadai, walau masih kurang dari segi jumlah. Kemudian mengenai ide cerita yang bisa dibuat menjadi animasi, bisa diambil dari cerita rakyat, budaya, kesenian, legenda, sejarah, dan keraifan lokal yang ada di Indonesia. Dan masih ada platform komik seperti webtoon dimana cerita dari kreator lokal bisa di angkat menjadi animasi. Dari segi Industri, animasi yang ada saat ini kebanyakan mengerjakan ide cerita original yang berasal dari luar dengan sistem outsourcing. Menurut anintyas selaku manager operasional *Brown Bag Films* Bali, untuk membuat animasi di butuhkan biaya dan investasi yang besar. Oleh sebab itu investor tidak sembarangan dalam mengembangkan ide cerita menjadi film animasi. Dari sinilah penulis berkeyakinan bahwa sudah saatnya industri animasi untuk mengembangkan ide cerita sendiri. Karena dari berbagai faktor tersebut, permaslahan terbesar terletak pada segi dana atau investor. Sementara mengenai ide cerita tentu tidak menjadi masalah, karena bisa terinspirasi dari seni dan budaya yang ada di Indonesia.

Bali diketahui memiliki begitu banyak budaya dan kesenian yang bisa dijadikan inspirasi untuk membuat animasi pendek. Salah satu budaya yang saat ini ada di Bali adalah pawai *Ogoh – Ogoh*. Dari segi desain *Ogoh – Ogoh* memiliki bentuk yang unik dan menarik. Bentuk dan desain dari *Ogoh – Ogoh* ini bisa dijadikan sebagai referensi dan inspirasi dalam membuat karakter tiga dimensi. Kemudian anak - anak di Bali sudah tentu pernah mengikuti pawai *Ogoh – Ogoh* atau hanya sekedar menyaksikan. Menurut Widana filosofi dari *Ogoh – Ogoh* adalah kegiatan berkesenian dalam rangka menyemarakkan rangkaian upacara *Bhuta Yadnya (Tawur)* yang bertujuan mentralisir *(Nyomya)* kekuatan yatau emergi negatif lewat visualisasi sosok mahkluk *Bhuta Kala* yang diimajinasikan lewat kemasan mitos yang dipercaya dapat membawa kesusahan, malapetaka, musibah, atau bencana bagi kehidupan manusia yang memposisikan diri sebagai mahkluk mulia dibandingkan mahkluk sekelas raksasa tersebut [1]. Pesan menetralisir kekuatan negatif tersebut nantinya akan menjadi inspirasi cerita animasi pendek ini. Jadi inspirasi filosofi yang diambil bukan dari *Ogoh – Ogoh*, namun dari upacara *Tawur Kasanga*. Jika sebelumnya pesan dari upacara *Tawur Kasanga* tersebut divisualisasikan melalui pawai *Ogoh – Ogoh*, maka dalam hal ini pesan yang ada tersebut akan divisualisasikan melalui animasi pendek. Walaupun pesan tersebut hanya disampaikan secara tersirat. Maka dari itulah penulis tertarik untuk mengangkat filosofi pawai Ogoh – Ogoh kedalam sebuah animasi pendek. Animasi pendek ini tidak secara langsung menerangkan akan membahas tentang upacara *Tawur Kasanga*. Namun dengan mengambil poin mentralisir kekuatan negatif dan dijadikan inti cerita animasi pendek ini. Kekuatan negatif tersebut juga dapat direpresentasikan melalui raksasa. Filosofi dari *Tawur Kasanga* dipilih karena pesannya tidak hanya tentang kebaikan melawan kejahatan. Namun bagaimana seseorang mampu mengendalikan dirinya sendiri dengan menetralisir kekuatan negatif yang ada didalam dirinya.

Fokus utama dalam perancangan animasi pendek ini adalah mencari keuntungan berupa

benefit. Benefit yang dimaksud adalah animasi pendek ini dapat diminati anak - anak dan dikenal secara luas. Hal ini dapat dicapai melalui animasi pendek yang dikuatkan dari sisi cerita. Cerita dalam animasi pendek ini dikemas dengan unsur fantasi, bertema fiksi, dan menampilkan banyak aksi didalamnya. Cerita fantasi membuat anak - anak bisa bereksplorasi dan bermain pada hayalan yang mereka miliki. Dunia fiksi yang diciptakan pada animasi pendek ini tidak seacara langsung mengambil kisah maupun budaya di Bali yang begitu kompleks. Unsur seni dan budaya disini hanya sebatas inspirasi untuk menghasilkan cerita baru yang dikemas dengan keadaan Bali moderen saat ini. Selain itu penulis juga merancang media promosi untuk mendukung animasi pendek ini. Animasi beserta media promosinya akan menyesuaikan selera anak - anak saat ini dan mengikuti tren yang sedang berlangsung. Melalui cerita dalam animasi pendek ini diharapkan akan membuat anak – anak merasa terwakilkan, karena tokoh ini adalah asli buatan lokal. Pada praktisnya animasi pendek ini diharapkan mampu menginspirasi anak - anak untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Melalui pemahaman pada pesan moral yang ada maka anak - anak akan mampu mengendalikan dirinya untuk melakukan hal baik dan tidak melakukan hal buruk. Dengan dibuatnya animasi pendek ini maka bisa memberikan edukasi sekaligus meningkatkan rasa antusias anak - anak kepada animasi buatan lokal.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuisioner.

1. Observasi

   Data yang dikumpulkan penulis adalah dengan mengamati bagaimana sejarah mendirikan perusahaan animasi. Kemudian memahami bagaimana keadaan industri animasi di Bali saat ini. Hal seperti sarana dan prasarana dalam membuat animasi menjadi penting. Data ini dapat diperoleh dengan mendatangi beberapa perusahaan animasi yang ada seperti Bali *Digital Creative*, *Brown Bag Films*, *Inhouse* Studio dan ESDA Denpasar. Penulis mengamati beberapa hal dan modal utama yang diperlukan dalam membuat sebuah animasi.

2. Wawancara

   Penulis meakukan wawancara kepada W. Joniartha Siada, ST. selaku pemilik studio Bali *Digital Creative*, Ibu Anintyas Ambarawaty selaku Manajer Operasional *Brown Bag Films* Bali, A.A. Ngr. Indra Nala Krisna sebagai Pemilik dari *Inhouse* Studio, dan Ketut Gunawan sebagai Instruktur dari ESDA Denpasar. Data yang dikumpulkan nantinya adalah berupa bagaimana cara memasarkan produk animasi. Wawancara ini juga bertujuan untuk mencari tahu penyebab dari fenomena permaslahan yang ada dan bagaimana menyesuaikan animasi dengan target pasar yang berasal dari kalangan anak - anak.

3. Kuisioner

   Metode ini digunakan untuk memperoleh data dari beberapa siswa sekolah dasar yang ada di kabupaten Badung sebagai responden. Sekolah yang dijadikan sampel adalah sebanyak satu sekolah yaitu SD Negeri 1 Kerobokan Kaja. Data di peroleh dengan menyebar kuisioner secara online kepada target yaitu orang tua siswa maupun siswa itu sendiri. Data ini akan dijadikan sebagai acuan jenis animasi seperti apa yang diminati mereka saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Baswara merupakan tokoh utama dan berperan sebagai protagonis. *Baswara* dalam Bahasa sanskerta memiliki arti bercahaya atau bersinar [2]. *Baswara* adalah judul dari animasi pendek ini. Judul animasi pendek *Baswara* akan disertai dengan sub judul yaitu Kebangkitan Raksasa. Raksasa disini terinspirasi dari Bhuta Kala. Raksasa adalah sejenis Bhuta tetapi sifatnya tidak sama dengan Bhuta itu. Kata raksasa berasal dari kata raksa yang berarti melindungi. Hal ini karena tugas dari raksasa untuk menjadi pengawal dan penjaga tempat sepeti kawah neraka. Raksasa juga di gambarkan galak dan menakutkan. Animasi pendek *Baswara* yang dihasilkan mengambil cerita yang merupakan adaptasi dari budaya yang ada di Bali. Budaya yang di adaptasi menjadi cerita dalam animasi pendek *Baswara* adalah pelaksanaan *Tawur Kasanga*. Kegiatan pawai *Ogoh – Ogoh* hanya menjadi inspirasi dalam hal desain animasi pendek ini. sementara dalam pesan dan makna yang ada, terinspirasi dari filosofi upacara *Tawur Kasanga.*

Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah langkah menganalisa dengan menggunakan cara menilai

ulang suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil [3].

1. **Strength (Kekuatan)**
   a. Bisa menjadi animasi pendek pertama yang terinspirasi dari Ogoh – Ogoh.
   b. Anak - anak lebih menyukai animasi bergaya tiga dimensi
   c. Memiliki pesan untuk mecnintai budaya Bali yang dikemas melalui Cerita yang menarik.
   d. Anak - anak Bali bisa terwakili melalui sudut pandang tokoh utama dalam animasi pendek ini.
2. **Weakness (Kelemahan)**
   a. Animasi pendek ini di produksi dengan waktu yang terbatas dan perseorangan sehingga animasi pendek yang dihasilkan kurang maksimal.
   b. Produk yang dihasilkan hanya berupa animasi pendek.
   c. Animasi pendek ini masih tergolong baru sehingga belum ada yang mengenal.
3. **Opportunity (Peluang)**
   a. Industri animasi di Indonesia semakin berkembang.
   b. Adanya dukungan dari pemerintah pada industri kreatif seperti animasi.
   c. Adanya dukungan dari pemerintah pada industri kreatif seperti animasi.
4. **Threat (Ancaman)**
   a. Animasi dengan biaya dan skala produksi lebih besar tentu menjadi pesaing paling berat.
   b. Terdapat banyak film animasi buatan luar yang sudah dikenal anak - anak.
   c. Sulitnya menerapkan dan mengembangkan animasi pendek yang terinpirasi dari budaya Bali.

Analisa VALS

Analisa Vals merupakan sebuah metode segmentasi pasar yang bersifat psychographic. Ditetapkan pada 1970 untuk menerangkan dan memprediksi nilai dan gaya hidup serta konsumsi Amerika Serikat di saat itu. Analisa Vals Dapat juga dengan mudah diterapkan untuk memprediksi kelakuan seta gaya membeli dari pelaku bisnis dan konsumen [3]. Vals adalah Analisa segmentasi pasa dari gaya hidupnya.

1. Value
   a. Anak – anak masih suka mengeksplorasi sehingga masih suka menerima hal baru.
   b. animasi pendek dengan jenis tiga dimensi memiliki ciri khas yang menarik.
2. Attitude
   a. Anak – anak suka menonton film animasi tiga dimensi maupun dua dimensi.
   b. Orang tua memahami bahwa menonton film animasi merupakan hal yang baik.
3. Lifestyle
   a. Orang tua saat ini sudah terbiasa menggunakan teknologi seperti media sosial dimana tempat itu merupakan sarana memperkenalkan film animasi.
   b. Anak usia 10 sampai 15 beberapa sudah mengunakan gawai.

Target Segmentasi Pasar

1. Demografi

   Dari segi demografi target pasar yang ingin dicapai adalah anak - anak dengan rentang usia 10 - 15 tahun. Dengan jenjang pendidikan dari SD hingga SMP. Serta dari semua kalangan kelas sosial
2. Geografi

   Secara geografis target utama dari animasi pendek ini adalah anak - anak di Bali. Namun tidak menutup kemungkinan kepada target sekunder yaitu dari luar Bali.
3. Psikografi

   Target pasar yang ingin dituju adalah anak - anak yang imajinatif, kreatif, menggunakan gawai, dan yang biasa bermain game.
4. *Behaviour*

   Dari segi behaviour biasanya akan dituju mulai dari anak – anak yang terbiasa menonton animasi. Kemudian anak – anak masih suka mengeksplorasi dan karena masih banyak yang perlu mereka ketahui. Serta anak - anak yang menyukai kesenian dan budaya Bali.

Strategi Media

Media utama dari perancangan ini adalah animasi pendek *Baswara*, video trailer, dan poster. Kemudian ada media pendukung berupa kemasan CD, *x-banner*, media sosial, stiker*, standee*, dan *t-shirt.*

Strategi Kreatif

a. Pesan

Pesan dari filosofi *Tawur Kasanga* dapat tersampaikan melalui keseluruhan isi cerita maupun melalui dialog antara setiap karakter. Sementara pada media promosi terdapat beberapa Bahasa komunikatif yang memiliki pesan ajakan atau persuasif, Pesan ini dapat ditemukan pada media promosi. Disana kemudian terdapat informasi seperti tanggal dan tempat mengenai pelaksanaan Animation Tour *Baswara*.

b. Strategi Visual

Dalam menyampaikan pesan yang ada, penulis menggunakan strategi visual berupa animasi tiga dimensi. dalam animasi pendek tersebut nantinya akan terdapat beberapa karakter yang berperan sebagai media dalam menyampaikan pesan yang ada. Karakter *Baswara* dalam animasi pendek ini berperan mewakili sisi baik, sementara sang raksasa akan mewakili sisi jahat. Menurut Ariesta [4], tokoh *protagonist, deuteragonist,* hingga tokoh *antagonist* merupakan salah satu elemen penting karena tokoh-tokoh tersebut dapat membantu pencipta menyampaikan cerita dalam bentuk visual kepada pembaca. Selain itu, mereka juga datang dengan latar belakang masing-masing, sehingga secara langsung memperluas cerita utama melalui sudut pandang yang berbeda-beda. Kemudian pada media promosi strategi visual yang di gunakan adalah dengan menampilkan tokoh yang ada dan di desain sesuai perannya masing masing.

c. Gaya Visual

Gaya visual dari animasi pendek ini terinspirasi dari film animasi yang diproduksi Disney, Pixar, Dreamworks. Animasi yang dihasilkan studio tersebut adalah animasi bergaya tiga dimensi. Pada desain karakter akan menggunakan gaya *stylized* atau yang berarti semi realistis. Gaya *stylized* berarti objek tersebut bisa dikenali walau jauh dari kenyataan [5]. Kemudian gaya desain yang digunakan pada poster film ini adalah "*Collage Style*". Sementara pada media promosi lainnya akan menggunakan gaya desain *Post Modern*.

d. *Positioning*

Kesan yang ingin dibangun disini adalah animasi pendek ini adalah animasi ini keren, menarik, memiliki nilai seni, serta populer di Indonesia dan Bali secara khusus. Kesan tersebut dapat dibangun dengan cara unsur cerita yang kuat, kualitas animasi yang baik, dan memasarkan animasi pendek ini di media sosial sesering mungkin. Keunggulan yang dimiliki animasi pendek ini terletak pada lighting dan rendering, desain karakter, serta visual effect dan grading. Animasi pendek ini diharapkan bisa menjadi trending dan populer di platform media sosial seperti youtube dan instagram. Karena animasi pendek ini bertujuan sebagai debut untuk memperlihatkan kualitas animasi ini sebaik mungkin. Karena jika penulis berfokus pada kuantitas maka kualitas yang dihasilkan akan menurun.

Konsep Desain

Terdapat beberapa kata kunci atau keyword seperti, Stylized, Menyenangkan, Seni, dan Berimajinasi. dari keyword tersebut penulis kemudian menggunakan konsep "Imajinasi Seni". Anak - anak masih berksplorasi pada dunia dan suka berimajinasi. Jadi animasi pendek *Baswara* menyesuaikan dengan ekspektasi daya imajinatif yang anak - anak ketahui. Media yang dirancang menerapkan gaya desain postmodern. Dalam buku berjudul "*Art Since 1900 Modernism, Antimodernism, Postmodernism*" yang disusun oleh Hal Foster, Rosalind E Krauss, Yve-Alain Bois, Benjamin H.D Buchloh, dan David Joslelit dijelaskan bahwa Postmoderenisme merupakan hal yang paling diperdebatkan dan mendapat kritikan. Menurut Fredic Jameson postmodernisme digambarkan sebagai hal yang tidak hanya merepresentasikan apa yang sesungguhnya terjadi di dunia nyata. postmodernisme sangat erat kaitanya dengan era baru dalam kapitalisme sehingga hal yang terepresentasi adalah keinginan konsumen, dan berfokus pada mencari keuntungan. Penulis nantinya akan menerapkan prinsip postmodern yang kemudian dipadukan dengan unsur seni dan budaya seperti patra Bali. Gaya desain *postmodern* yang tidak memiliki kertikatan oleh aturan sesuai dengan konsep Imajinasi Seni. Karena dengan konsep "Imajinasi Seni" maka penulis bisa menggunakan, menggabungkan, mendistorsi ide dengan kreatif dan seluas – luasnya.

Walau demikian tetap ada beberapa batasan pada konsep "Imajinasi Seni". Konsep ini harus mampu menyampaikan isi cerita yang beberapa unsur didalamnya terinpirasi dari seni dan budaya Bali. Tradisi dan budaya tersebut akan kemas dengan penampilan yang baru. Konsep ini akan diterapkan mulai dari sisi desain sampai isi cerita dalam animasi pendek ini. Cerita yang dibuat akan berfantasi tetapi penonton masih bisa merasakan atau berhubungan dengan karakter yang ada. Dari sana diharapkan anak - anak bisa menyukai karena bisa membayangkan bagaimana rasanya menjadi atau menyatu dengan karakter tersebut. Hal tadi diwujudkan dengan konsep yang divisualisasikan melalui cerita dan karakter di animasi pendek *Baswara*. Jadi penulis merancang dunia baru yang

imajinatif dan seni dan budaya Bali menjadi sumber inspirasi didalamnya. Dengan begitu anak - anak akan merasa berhubungan dengan animasi pendek ini karena inspirasi desain seperti tempat, karakter, dan lainnya sudah tidak asing bagi mereka.

Pada media promosi penerapan konsep desain adalah dengan menyesuaikan unsur warna, tipografi, dan gaya desain yang sesuai dengan konsep. Lalu dari sisi tipografi akan terinspirasi dari bentuk aksara Bali namun dimodifikasi menjadi huruf dekoratif jenis baru. Warna seperti merah, oranye, emas pada media akan melambangkan semangat, persahabatan, kebijaksanaan dan magis. Kemudian desain karakter akan menggunakan gaya s*tylized*. Konsep ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa unsur seni di Bali bisa menjadi inspirasi dan ditampilkan dengan menarik. Konsep "Imajinasi Seni" diharapkan mampu menghasilkan animasi pendek dengan cerita lokal yang diminati anak - anak. Dengan konsep "Imajinasi Seni" maka media yang dirancang akan imajinatif, kreatif, dan menarik. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan imajinasi dan fantasi yang kuat sehingga seni atau budaya yang dijadikan referensi bisa di visualisasikan dengan baik. Karena tujuan dibuatnya animasi ini adalah menyesuaikan selera pasar sehingga animasi ini mampu diterima dan disukai oleh anak - anak.

Visualisasi Media

1. Animasi Pendek

Gambar 1. Scene Animasi Pendek *Baswara*
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

2. Video Trailer

Gambar 2. Video Trailer *Baswara*
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

3. Poster

Gambar 3. Desain Poster *Baswara*
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

4. Kemasan CD

Gambar 4. Tampilan Desain Kemasan CD
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar 5. Tampilan Desain Label CD
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

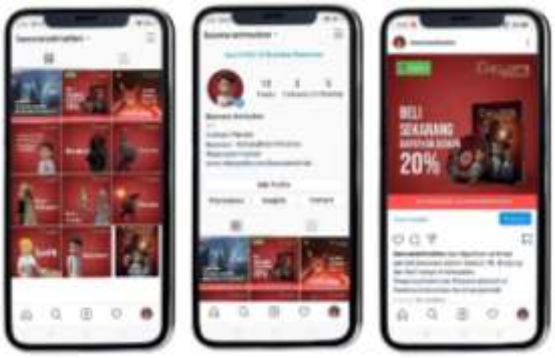
5. Standee

Gambar 6. Tampilan Desain *Standee*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

6. X-banner

Gambar 7. Tampilan Desain *X-Banner*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

7. Media Sosial



Gambar 8. Konten Instagram
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

Gambar 9. Tampilan Desain Kanal Youtube
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

8. Stiker

Gambar 10. Tampilan Desain Stiker
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

9. T-shirt

Gambar 11. Tampilan Desain *T-shirt*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

KESIMPULAN

Setelah melalui proses brainstorming dari animasi pendek *Baswara* maka ditemukan kata kunci berupa *Stylized,* Menyenangkan, Seni, dan Berimajinasi. Dari kata kunci tersebut kemudian disusun konsep berupa "Imajinasi Seni". Konsep ini akan lebih mudah menyesuaikan keinginan target pasar yaitu dari kalangan anak - anak usia 10 hingga 15 tahun. Unsur Fantasi yang kreatif akan membuat cerita lebih kuat dan menarik minat audiens. Konsep ini akan sesuai dengan keinginan target karena menekankan pada sisi imajinatif audiens. Dan sisi imajinatif tersebut akan dibangkitkan melalui jenis animasi tiga dimensi. Mengacu dari data survei yang penulis lakukan didapatkan bahwa anak - anak lebih tertarik dengan jenis animasi tiga dimensi. Konsep tersebut juga akan membantu penulis dalam melakukan proses perwujudan media seperti animasi pendek *Baswara* beserta media promosinya.

Proses dalam merancang animasi pendek *Baswara* dimulai dari identifikasi masalah. Kemudian untuk menemukan solusi yang tepat dari permasalahan tersebut maka dikumpulkan teori terkait seperti dua belas prinsip animasi berserta data yang dikumpulkan melalui metode kualitatif dan kuantitatif. Data ini selanjutnya diolah dan dianalisa sehingga penulis bisa menentukan hal seperti strategi kreatif dan konsep desain. Dengan begitu pada akhirnya penulis mampu merancang animasi pendek *Baswara* dan media promosinya dengan konsep yang sesuai.

Media promosi yang efektif digunakan sebagai media promosi animasi pendek *Baswara* adalah poster, video trailer, x-banner, standee, media sosial, kemasan CD, stiker dan t-shirt. media promosi ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu sebelum, seterusnya, dan saat pelaksanaan Animation Tour *Baswara*. Media promosi seperti poster dan video trailer akan digunakan seebelum Animation Tour *Baswara* dilaksanakan. Kemudian media promosi seperti x-banner, standee, stiker, dan t-shirt akan digunakan selama pelaksanaan Animation Tour *Baswara*. Yang terakhir adalah media promosi yang bisa digunakan seterusnya dan jangka panjang seperti kemasan CD dan media utama yaitu animasi pendek *Baswara*.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Widana, Ketut. *Ogoh - Ogoh: Kapitalisasi Religi di Tatanan Materi*. Denpasar: Penerbit Pustaka Bali Post, 2016.

[2] Pann. "Glosarium Online". Internet: https://glosarium.org/arti-Baswara/, 9 April 2019 [Nov. 2, 2020].

[3] Jotnathan, Sarwono dan Lubis Hary. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset, 2007.

[4] Baruna Ariesta, I. G. B. B., Yogantari, M. V., & Kesuma Yudha, A. A. N. B. (2019). KAJIAN

SEMIOTIKA PADA VISUALISASI TOKOH ALL MIGHT DALAM MANGA BOKU NO HERO ACADEMIA SEBAGAI REPRESENTASI SUPERHERO AMERIKA. *Jurnal Nawala Visual*, *1*(2), 108-112.

[5] Danan. "Stylized Modeling vs Photorealistic Modeling: Which One is Better?". Internet: http://thilakanathanstudios.com/2016/08/stylized-modeling-vs-photorealistic-modeling-which-one-is-better/, 3 Agustus 2016 [Jun. 4, 2020].