

PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF PETUALANGAN DI LUAR ANGKASA BAGI ANAK USIA SEKOLAH DASAR

Kadek Prana Dinata¹, I Putu Dudyk Arya Putra², Gede Pasek Putra Adnyana Yasa³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: pranadinata@gmail.com¹, putududyk@gmail.com², pasekputra99@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : April, 2021
Accepted : Mei, 2021
Publish online : Mei, 2021

ABSTRACT

Seeing the large growth of the animation industry, GAIN studio is here as one of the animation studios in Indonesia. GAIN studio was established on December 1, 2020, whose name is not widely known by potential customers due to the absence of optimal promotional media. This study aims to design a promotional media for the company to GAIN studio Denpasar. In the design process, the authors collected data through observation, interviews, literature, and the internet. Through brainstorming, futuristic keywords, clear, movement, and red and white were found, which were then formulated into the concept of "clear and dynamic" as a design visualization reference in each promotional media to be designed. The concept is expected to reflect GAIN studio as a modern and dynamic animation studio. Through data collection, the authors also get promotional media that are used as a means of promotion for GAIN studios such as; promotional videos, website designs, Instagram social media content, mascots, x-banners, booth designs, t-shirts, and lanyards. The media that have been obtained will later be visualized based on principles, criteria, and concepts, then adjusted to the selected media. The process of making a design and its application in each media is guided by the visual communication design theories used by the writer.

Key words : GAIN studio, animation, animation studio, Promotion

ABSTRAK

Melihat pertumbuhan industri animasi yang besar, GAIN studio hadir sebagai salah satu studio animasi di Indonesia. GAIN studio berdiri pada tanggal 01 Desember 2020, yang namanya belum banyak diketahui calon konsumen karena tidak adanya media promosi yang optimal. Studi ini bertujuan untuk merancang media promosi perusahaan GAIN studio Denpasar. Dalam proses perancangannya, penulis mengumpulkan data – data melalui observasi, wawancara, kepustakaan, dan internet. Melalui brainstorming ditemukan kata kunci futuristik, clear, pergerakan, dan merah putih, yang kemudian diformulasikan menjadi konsep “clear and dynamic” sebagai acuan visualisasi desain dalam setiap media promosi yang akan dirancang. Konsep yang didapat diharapkan bisa mencerminkan GAIN studio sebagai studio animasi yang modern dan dinamis. Melalui pengumpulan data penulis juga mendapatkan media – media promosi yang dipergunakan sebagai sarana promosi untuk GAIN studio seperti; video promosi, desain website, konten sosial media

Instagram, maskot, x-banner, booth design, t-shirt, dan lanyard. Media – media yang sudah di dapat nantinya akan divisualisasikan dengan berlandaskan prinsip, kriteria dan konsep, kemudian disesuaikan dengan media – media yang terpilih. Proses pembuatan desain dan penerapannya pada setiap media berpedoman pada teori – teori desain komunikasi visual yang digunakan penulis.

Kata Kunci: GAIN studio, animasi, studio animasi, promosi.

PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu bidang industri yang mana pada masa sekarang ini sudah banyak bermunculan dan semakin berkembang. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), penyerapan tenaga kerja di industri kreatif terus tumbuh dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, jumlah tenaga yang terserap sebanyak 15,9 juta orang, kemudian pada tahun 2016 jumlah yang terserap 16,9 juta orang, 2017 jumlah yang terserap 17,4 juta, dan tahun 2018 terus naik hingga 18,1 juta orang (www.kompas.com, 2019). Salah satu potensi dari subsektor tersebut yang berpotensi untuk memanfaatkan kesempatan di pasar luar negeri menurut Kementerian Perdagangan yakni pada produk animasi, baik dari berupa jasa pembuatan maupun hasil karya berupa tayangan televisi maupun berupa aplikasi digital, serta produk hasil intelektual properti dari sebuah karya animasi (www.bisnis.com, 2020).

Bidang usaha kreatif animasi di Indonesia sudah mulai berkembang hingga saat ini, dimana hal tersebut dapat dilihat dari munculnya film – film animasi seperti Adit Sopo Jarwo, Nusa dan Rara, dan beberapa produk animasi lainnya. Perkembangan bidang usaha kreatif animasi di Indonesia juga dapat dilihat dari adanya studio – studio animasi seperti; Brown Bag Studio, Infinite Framework, Lanting Animation, Kumata Animation Studio, MSV Pictures, Tampar Production, dan

lainnya. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa industri kreatif pada saat ini sangat mungkin akan berkembang menjadi lebih besar, yang membuat terbentuknya lapangan pekerjaan menjadi lebih banyak dan membentuk sumber daya manusia yang mampu bersaing bahkan dalam tingkat internasional.

GAIN Studio merupakan salah satu dari perusahaan produksi animasi. Perusahaan ini adalah penyedia jasa animasi dengan fokus jasa yang ditawarkan yaitu pembuatan model 3D dan pembuatan gerak animasi 3D. Ketepatan waktu pengerjaan, kesesuaian brief dari client, dan kualitas model 3D serta hasil animasi yang baik merupakan kelebihan dari perusahaan ini. Perusahaan animasi GAIN Studio terbilang masih baru karena mulai beroperasi sejak tanggal 1 Desember 2019. Hal ini membuat GAIN Studio belum dikenal terutama dikalangan pasarnya.

Dikarenakan masih cukup baru, GAIN Studio belum memiliki media promosi yang dapat membantunya dalam mempromosikan jasa dan keunggulannya. Untuk memperkenalkan diri dan mencapai target pasarnya hingga saat ini GAIN Studio hanya menggunakan media promosi berupa website. Selain media promosi berupa website, untuk identitas visual, GAIN studio sudah memiliki logo sebagai identitas visual dari perusahaan GAIN studio.

METODE PENELITIAN

a. Observasi

Observasi dilakukan di kantor dari GAIN Studio yang berada di Jl. Bedahulu 16 no 6 Denpasar, Bali. Dilakukannya observasi ke kantor GAIN Studio bertujuan untuk mendapatkan data seperti apakah GAIN studio memiliki identitas visual, apakah GAIN studio sudah memiliki media promosi, jumlah pegawai yang dimiliki GAIN Studio, jasa apa saja yang ditawarkan GAIN Studio, dan proyek apa yang sedang dikerjakan oleh GAIN Studio.

b. Wawancara

Narasumber dalam proses wawancara yaitu bapak Indra Nala Khrisna. Wawancara terhadap bapak Indra Nala Khrisna dilakukan untuk mendapatkan informasi – informasi mengenai identitas GAIN Studio, siapa saja target pasar dari GAIN Studio, jasa apa saja yang ditawarkan oleh GAIN Studio, usaha promosi apa yang sudah dilakukan GAIN studio, dan informasi lainnya mengenai GAIN Studio.

c. Kajian Pustaka

Pengumpulan data pada literature meliputi buku-buku, kamus dan artikel dalam media cetak maupun *online* yang erat kaitannya dengan objek permasalahan terutama tentang pengertian objek kasus.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yang di ambil berupa foto saat wawancara dengan Guru SD 1 Dalung, foto-foto saat observasi di Toko Buku Toga Mas, *screenshot* hasil wawancara *online* dengan Peneliti Astronomi Bosscha Bandung selain itu dokumentasi lain yang di ambil adalah contoh-contoh karya buku interaktif serupa yang sudah ada.

e. Kajian Internet

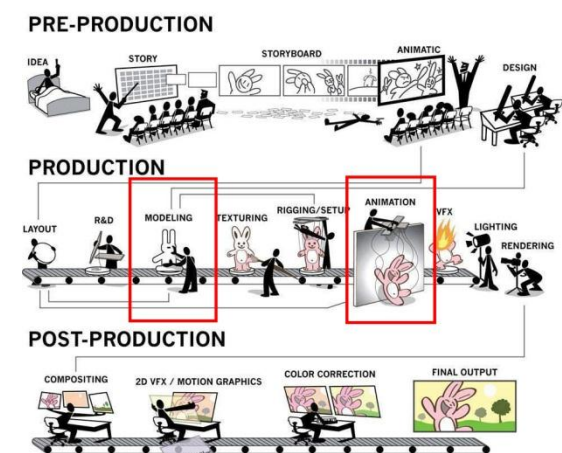
Dalam hal ini, data yang dicari adalah data yang berkaitan erat dengan bidang desain komunikasi visual dan yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini penulis mengambil judul “Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perusahaan Animasi GAIN Studio di Denpasar”. Perusahaan animasi merupakan perusahaan yang memproduksi, atau menawarkan produk animasi atau jasa dalam produksi animasi. Produk dari perusahaan animasi biasanya berupa film animasi 2D atau 3D, Games, video animasi, dan produk animasi lainnya. Sedangkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan animasi adalah; pembuatan storyboard, pembuatan assets, pembuatan gerak animasi, pembuatan video efek, dan lainnya seperti terlihat pada gambar 2.1. Sebagian besar perusahaan animasi penyedia layanan jasa menawarkan jasa pembuatan objek 3D dan jasa menggerakkan objek 3D. Contoh perusahaan animasi tersebut, khususnya yang ada didaerah Bali adalah Brownbag Studio, Studio 70, Milracle Gate, Ini Dia Studio, dan lainnya, yang salah satunya adalah GAIN Studio.

GAIN Studio merupakan sebuah perusahaan penyedia jasa animasi yang mencakup jasa pembuatan gerak 3D dan objek 3D. Jasa pembuatan gerak 3D adalah jasa yang biasa ditawarkan untuk membantu sebuah produksi film, iklan, dan video animasi 3D dalam proses produksinya, yaitu menggerakkan atau menganimasikan objek 3D yang ada didalam film, iklan, dan video animasi 3D tersebut. Sedangkan jasa pembuatan objek 3D adalah jasa yang menawarkan pembuatan karakter, environment, senjata, aksesoris, dan lainnya dalam bentuk 3D.

Hasil dari jasa pembuatan objek 3D bisa digunakan dalam film, game, iklan, dan video animasi yang memerlukan objek 3D didalamnya. Dalam sebuah produksi film animasi berskala besar, jasa pembuatan objek atau asset 3D dan jasa pembuatan gerak animasi terletak di bagian production dari serangkaian proses pembuatan animasi, seperti terlihat pada gambar 2.1. Dimana hasil dari jasa pembuatan objek 3D adalah; karakter, pedang, pohon, rumah, dan objek lainnya. Sedangkan hasil dari jasa pembuatan gerak 3D adalah gerakan dari setiap objek 3D dalam sebuah scene dari film, video, atau iklan yang menggunakan objek 3d didalamnya.



Gambar 1 posisi dari jasa menggerakkan objek 3D dan pembuatan objek 3d pada proses pembuatan film animasi (Sumber: [www. crystaltamayoart.wordpress.com](http://www.crystaltamayoart.wordpress.com), tahun 2017)

Perencanaan Kreatif

a. Pesan

Pesan yang disampaikan dalam perancangan media komunikasi visual sebagai sarana promosi perusahaan animasi GAIN Studio berupa tagline “Make your animation real “. Pesan atau tagline ini akan digunakan pada beberapa media promosi GAIN Studio agar GAIN Studio mudah untuk diingat sebagai studio yang dapat mewujudkan animasi sesuai brief oleh target marketnya. Selain itu pesan yang disampaikan juga berisikan informasi – informasi mengenai perusahaan GAIN studio, yang terdapat di setiap media promosi yang digunakan.

b. Strategi Visual

Strategi visual dalam perancangan media komunikasi visual sebagai sarana promosi perusahaan animasi GAIN Studio menggunakan teknik ilustrasi atau digital vektor yang diolah dengan bantuan computer. Menggunakan warna acuan dari logo yaitu merah dan putih, serta



Gambar 7 maskot

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 8 desain x-banner

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 9 booth

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 10 t-shirt

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)



Gambar 11 lanyard

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020)

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan pada pengantar karya ini menyangkut “Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perusahaan Animasi GAIN Studio di Denpasar”, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Pemilihan media – media promosi dilakukan dengan melalui proses pengumpulan data, memilih target pasar, serta menganalisa brainstorming. Dengan melakukan tahapan – tahapan tersebut maka dapat ditemukan media yang tepat untuk diterapkan dan diwujudkan menjadi media promosi untuk GAIN Studio. Adapun media – media yang akan menjadi media promosi yaitu; maskot, video promosi, desain web, desain konten media Instagram, x-banner, t-shirt, lanyard, dan booth. Target segmentasi pasar menentukan siapa saja yang dijadikan target utama dari kampanye ini, sedangkan konsep desain berperan sebagai acuan pada media promosi agar media promosi yang dirancang sesuai dengan target sasaran.
- b. Melalui brainstorming, penulis mendapatkan konsep yang sesuai diterapkan untuk perancangan media promosi ini. Konsep dalam perancangan media promosi yang didapat adalah “Clear and Dynamic”. Clear sendiri dipilih adalah mewakili kesan modern, bersih, elegan yang juga selaras dengan warna putih pada logo. Sedangkan dynamic yang bila diartikan adalah sifat bertenaga dan berkekuatan sehingga terus bergerak, dan selalu mampu menyesuaikan diri dengan keadaan, yang selaras dengan warna merah pada logo.

- c. Dari data yang sudah terkumpul, yang menghasilkan konsep dan media apa saja yang akan dipergunakan untuk mempromosikan GAIN studio. Selanjutnya didapat bagaimana cara merancang media promosi yaitu dengan menerapkan visualisasi desain yang sudah disesuaikan dengan konsep yang didapat ke dalam setiap media promosi, dimana pada proses penyesuaiannya berpedoman pada teori – teori desain komunikasi visual agar penerapan dari visualisasi desain sesuai dengan media – media promosi yang telah ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Petriella, Yanita. 2020. “Industri Animasi Indonesia Berpotensi Tembus Pasar Global”, (online), (<https://ekonomi.bisnis.com>, diakses 28 Mei 2020/ 22.50 WITA
- [2] Lingga, M. Ali. 2019. “Industri Animasi Punya Kontribusi pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, (online), (<https://money.kompas.com>, diakses 28 Mei 2020/ 22.44 WITA.
- [3] Tamayo, Crystal. 2017. “Project Pipeline Workflow edit”, (online), (<https://crystaltamayoart.wordpress.com>, diakses 26 Juni 2020/23.20 WITA.