

PERANCANGAN *STORYBOARD* UNTUK ANIMASI 2D “APRESIASIMU” DALAM MENINGKATKAN APRESIASI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN GRAFIS

STORYBOARD DESIGN FOR "APPRECIATION" 2D ANIMATION IN INCREASING COMMUNITY'S APPRECIATION OF GRAPHIC DESIGN

Alfathur Jordani Rakadea¹, Zaini Ramdhan², Rully Sumarlin³

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

¹alfathurjr@student.telkomuniversity.ac.id, ²zainir@telkomuniversity.ac.id,
³rullysumarlin@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Fenomena Harga teman menjadi konotasi negatif ketika menjadi seorang freelancer Desain Grafis, dikarenakan disebut “tukang desain” adalah hal yang mudah untuk membuat sebuah desain menjadi alasan seorang teman membutuhkan jasa kita dengan bayaran yang tidak sesuai bahkan gratis. Menurut data penelitian pada tahun 2017 sebanyak 153 desainer grafis mengatakan bahwa upaya apresiasi nilai dari kerja-kerja desainer grafis oleh pemilik bisnis dianggap belum cukup serius. Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dalam meneliti data yang telah dikumpulkan untuk keperluan membangun cerita seorang Desain Grafis Hasil dari penelitian yang dilakukan menjadi dasar dalam perancangan Storboard Animasi 2D yang berjudul “Apresiasimu”.

Kata Kunci : Desain Grafis, Animasi 2D, *Storyboard*, Apresiasi

Abstract

The phenomenon of a friend's price becomes a negative connotation when you become a Graphic Design freelancer, because being called a "designer" is an easy thing to make a design the reason a friend needs our services for a fee that is not appropriate or even free. According to research data in 2017 as many as 153 graphic designers said that efforts to appreciate the value of graphic designer work by business owners were considered not serious enough. The design is carried out using qualitative methods in examining the data that has been collected for the purpose of building a story for a Graphic Designer. The results of the research carried out became the basis for designing a 2D Animation Storboard entitled "Apresiasimu".

Keywords: Graphic Design, 2D Animation, *Storyboard*, Appreciation

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Era perkembangan digital saat ini membuat profesi Desain Grafis banyak digunakan untuk keperluan desain seperti kebutuhan desain poster. Namun belakangan ini marak terjadi minimnya apresiasi pada profesi ini yaitu seperti “harga teman” dan dibayar murah oleh klien tentu ini merugikan orang – orang yang sudah menempuh pendidikan desain grafis di perguruan tinggi.

Mindset yang tersebar di masyarakat bahwa merancang suatu desain adalah pekerjaan yang gampang bahkan harga standar desain grafis dikatakan kemahalan bagi sebagian klien (Riskha dalam Muhammad, 2020). Harga teman menjadi konotasi negatif ketika menjadi seorang freelancer Desain Grafis, dikarenakan disebut “tukang desain” adalah hal yang mudah untuk membuat sebuah desain menjadi alasan seorang teman membutuhkan jasa kita dengan bayaran yang tidak sesuai bahkan gratis (Helvetica, 2020). Pola pikir tersebut membuktikan tingkat Apresiasi masyarakat yang kurang terhadap

Desain Grafis. Untuk menghasilkan karya desain yang bagus, desainer grafis tidak hanya bergantung pada software seperti photoshop, Corel Draw dan Illustrator namun juga pada pengetahuan dari hasil tempuh pendidikannya hingga kreativitas dan juga konsep sendiri yang membutuhkan waktu. Fenomena yang terjadi ini bukan tanpa sebab namun masyarakat sendiri tidak memiliki sebuah media dan fasilitas untuk mensosialisasikan sebuah karya sehingga tidak adanya pemahaman akan apresiasi seni menjadi faktor utama dalam masalah ini. Memerhatikan dari pendapat hamdan (dalam Criswiati, 2019: 3) bahwa ketidaktahuan masyarakat mengenai keragaman seni rupa dikarenakan media sosialisasi karya masih jauh dari kata mencukupi walau wacana apresiasi di masyarakat itu sendiri masih kurang. Pada data riset yang ditulis oleh Nurul menyimpulkan 153 desainer grafis mengatakan bahwa upaya apresiasi nilai dari kerja-kerja desainer grafis oleh pemilik bisnis dianggap belum cukup serius (Ardani, 2017). Ini menunjukkan bahwa fenomena kurangnya apresiasi terhadap kinerja Desainer Grafis tidak dianggap serius dikarenakan kurangnya fasilitas/media sosialisasi karya maupun pengetahuan umum tentang Desain.

Fenomena kurangnya apresiasi terhadap desain grafis di masyarakat menandai dibutuhkan sebuah media yang mewadahi sosialisasi tentang desain grafis pada fenomena yang terjadi yaitu “harga teman” di kalangan mahasiswa hingga masyarakat. Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang mengambil perminatan pada animasi, fenomena ini dapat di jadikan acuan dalam membuat perancangan tahap awal untuk sebuah film animasi pendek. Media Animasi dapat memberikan sebuah daya tarik hampir semua umur dikarenakan visual yang unik dan berwarna yaitu tampilan berupa gambar yang bergerak. Menurut Siswanah (2013) Penggunaan media animasi mampu merangsang kegiatan belajar mahasiswa, membantu keefektifan proses pembelajaran memperlancar pencapaian tujuan untuk memahami dan mengingat informasi yang diberikan. Oleh karena itu media animasi dapat menjadi solusi yang baik sebagai wadah penyalur wawasan proses desain dalam desain grafis kepada mahasiswa dan masyarakat. Kemudian untuk terciptanya sebuah Animasi 2D yang baik dan mudah dipahami untuk masyarakat awam maka dibutuhkan perancangan dalam segi cerita yaitu tahap perancangan *Storyboard*.

Peran *Storyboard* dalam menyampaikan pesan sangatlah penting karena merupakan alat untuk menyampaikan pesan dalam sebuah cerita. Perancangan *Storyboard* meliputi scenario, script, dan juga *Storyboard* sebagai hasil akhirnya. Dengan adanya perancangan *Storyboard* animasi 2D

diharapkan menciptakan cerita dan visual yang mudah dipahami untuk menghilangkan stigma buruk dari masyarakat tentang Desain Grafis mulai mengarahkan ke arah apresiasi karya.

2. Landasan Teori

2.1. Apresiasi Seni

Memahami tingkat kurangnya apresiasi di masyarakat dibutuhkan wawasan terhadap apresiasi terlebih dahulu. Ada banyak pengertian apresiasi terhadap berbagai bidang, namun dalam penelitian ini akan dibahas tentang desain yang masih merujuk bidang keilmuan seni. Menurut Aminudin makna pengenalan terkandung dalam proses Apresiasi melalui perasaan dan kepekaan batin serta pengakuan pada nilai - nilai keindahan yang dimunculkan oleh penciptanya (dalam Surantoro, 2013: 136). Berdasarkan pendapat Suryadi disimpulkan bahwa apresiasi seni diartikan sebagai kegiatan penafsiran nilai yang terkandung dalam karya seni terkhusus pada seni rupa agar menyadari dan menghargai terhadap nilai – nilai yang terkandung didalamnya (dalam Surantoro, 2013: 136)

Dari penjelasan teori tersebut dapat dipahami bahwa Apresiasi seni mengandung sebuah kegiatan pengenalan perasaan atau kepekaan batin terhadap seni yang bertujuan untuk mengungkapkan nilai – nilai keindahan yang terkandung di dalam ungkapan pengarangnya.

2.2. Desain Grafis

Menyusun rancangan dibutuhkan pengetahuan dasar mengenai fenomena yang terjadi yaitu pada desain grafis. Hal ini dibutuhkan untuk memberikan solusi yang tepat untuk memberikan pengetahuan umum tentang pekerjaan profesi ini. Menurut Suyanto (dalam Leonardo & Andreas, 2016: 9) Desain Grafis didefinisikan sebagai keterampilan seni dan komunikasi dalam sebuah aplikasi untuk bisnis dan industri Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan produk penjualan, membuat identitas visual untuk sebuah organisasi ataupun institusi, perusahaan, desain informasi, serta dengan visual dalam memaksimalkan pesan dalam publikasi.

Menurut Ayodya & Santosa (dalam Qamardani, 2018: 19) Desain grafis merupakan penyampaian kesan yang baik, menarik perhatian, memberi pesan dan kepercayaan melalui bentuk visual.

2.3. Proses Perancangan Desain Grafis

Perancang membutuhkan solusi dalam memecahkan masalah pada fenomena kurangnya apresiasi desain grafis. Proses perancangan desain dengan memanfaatkan elemen visual dapat terciptalah

sebuah desain yang diharapkan, namun untuk mencapainya tersebut dibutuhkan proses perancangannya agar desain yang diinginkan dapat terpenuhi dengan baik.

Menurut Leonardo & Andreas (2016) pada buku ajar Pengantar Desain Grafis, menuturkan proses perancangn desain dengan beberapa tahap sebagai berikut :

A. Konsep

Merupakan hasil dari buah pemikiran yang manpu menentukan tujuan dan sasaran yang dituju. Buah pemikiran konsep dapat di ambil melalui bagian ekonomi, politik, budaya, hokum, nongrafis dan sebagainya yang setelah itu akan di aplikasikan keadalam bentuk visualnya.

B. Media

Untuk mencapai sasaran target yg dituju maka desainer memerlukan studi kelayakan media & efektif buat mencapai tujuannya. Media yang dimaksud yaitu berupa bentuk cetak, luar ruangan, elektronik dan lain sebagainya.

C. Ide/gagasan

Dalam pencarian ide kreatif yang dibutuhkan desainer adalah dengan menggunakan studi banding, memiliki wawasan yang luas, wawancara serta diskusi untuk menciptakan desain yang lebih efektif agar diterima oleh sasaran/klien.

D. Persiapan Data

Persiapan data yaitu data yang berupa teks ataupun gambar akan dipilih dan seleksi oleh desainer. Data yang dibutuhkan bisa berupa informatif ataupun estetis. Informatif berupa foto atau teks serta judul. Estetis dapat berupa bingkai, efek visual ataupun bidangnya. Pada desain menggunakan computer harus menggunakan format digital/softcopy. Itu sebabnya peralatan yang dibutuhkan dalam mengubah data analog ke digital seperti alat scanner dan juga kamera digital akan sangat membantu.

Setelah itu tugas desainer yaitu melakukan kombinasi antara data informatife dan juga estetis menjadi sebuah kesatuan. Desain grafis memiliki tujuan yaitu sebagai fungsi untuk menyampaikan pesan secara visual yang tidak mengorbankan isi/informasi pesan yang disampaikan demi sebuah estetika

E. Revisi

Revisi dilakukan apabila tidak adanya kesesuaian dari yang sudah direncanakan dan atau ada perubahan lainnya. Proses revisi ini, yang dilihat adalah sikap dan mental dari desainer grafis menjadi

tolak ukur dalam keberhasilan proses. Alasannya adalah ini menyangkut kemampuan desainer dalam melihat sudut pandang seorang klien dari permintaan solusi karya mereka.

F. Produksi

Langkah terakhir adalah desainer sebaiknya melakukan uji coba print dari hasil cetak untuk memastikan kesesuaian permintaan klien.

2.4. Metode Penghitungan Harga

Perhitungan harga sebuah desain sangat diperlukan untuk mengetahui harga yang cocok dengan kliennya. Dengan begitu desain dapat disesuaikan harga standar dari perhitngannya sehingga tidak menimbulkan pertanyaan bagi klien. Dari sumber jurnal mengenai perhitungan harga, Atmaji (2019) membagi metodenya menjadi 2, yaitu metode proses dan investasi. Namun penulis mengambil satu metode saja untuk memudahkan cerita yang diinginkan.

A. Metode Proses

Sebuah desain diperlukan beberapa proses desain diantaranya riset, mind mapping, konsep, sketsa, rough desain hingga proses produksi yang tidak termasuk dalam hal percetakanya. Menurutnya proses tersebut hanyalah proses konsepnya hingga final desainnya saja.

Harga sebuah desain freelance desain grafis bergantung pada faktor pengalaman yang dapat mengubah harga itu sendiri. Memukul rata harga kesemua klien adalah hal yang tidak dianjurkan. Lebih baik jika seorang desainer membuat sebuah paket yang disesuaikan dengan klien dan pekerjaannya (Atmaji, 2019 : 48)

2.5. Animasi

Animasi merupakan sebuah proses dalam membuat sesuatu yang diam menjadi seolah hidup dengan memberikan gerakan pada frame yang dikumpulkan dengan secara urut sehingga menimbulkan ilusi gerakan serta memberikan sebuah pesan atau cerita didalamnya. (Gunawan dalam Sauri & Ramdhan, 2019: 4)

Menurut Nugrahanti (dalam Dwiyaniti & Ramdhan, 2019: 3) animasi pendek hanya dibuat dalam durasi 3 sampai 30 menit yang berisikan plot alur cerita lebih sederhana dibandingkan pada film animasi. Animasi dapat dikatagorikan berdasarkan audience, durasi dan tingkat pembuatannya, dan detail serta makna pesan yang ingin disampaikan pembuatnya.

Menurut teori diatas menjelaskan animasi adalah proses membuat sesuatu yang diam menjadi hidup dengan gerakan pada frame yang tersusun

secara urut. Pembeda atas Film animasi dan animasi pendek berada pada durasi dan plot alur cerita yang lebih sederhana.

2.6. Media *Edutainment*

Menurut Deporter & Hernaci (dalam Susanti, 2020:15) *Edutainment* adalah penggabungan kata *education* dan *entertainment* atau yang dalam bahasa Indonesia dikenal dengan pendidikan beserta hiburan. *Edutainment* didesain dengan mencampur konten pendidikan beserta hiburan secara harmonis, sehingga efektifitas belajar berlangsung menyenangkan. Media ini sendiri bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan menaikkan mood sehingga pesan tersebut lebih mudah ditangkap oleh penerima informasi tersebut.

Dari pendapat Deporter & Hernaci didapatkan kesimpulan *Edutainment* adalah media hiburan yang dipadukan dengan pendidikan bertujuan untuk target pesannya bisa mengikuti dan mengalami pembelajaran dalam suasana yang menaikkan mood. Pendidikan yang dicampur dengan hiburan akan berdampak pada kemajuan wawasan mereka.

2.7. *Storyboard*

Storyboard secara sederhana adalah dasar dari sebuah cerita. Secara lengkapnya yaitu didefinisikan sebagai wilayah yang berbaris dari sebuah gambar sketsa berfungsi untuk menampilkan gambar dari aksi dalam sebuah cerita. Pengertian lainnya adalah serangkaian sketsa yang dibuat dalam bentuk persegi panjang dengan menggambarkan urutan cerita yang dikombinasikan dengan elemen – elemen visual dan diterakan kedalam aplikasi media (Film, Game, dan Animasi). (Purnomo & Andreas, 2013: 48).

Dari sumber lainnya, Menurut White (dalam Adithama & Ramdhan, 2019: 4) *Storyboard* merupakan alat yang berguna untuk mewujudkan visualisasi dari naskah dan ide cerita. Biasanya format yang digunakan dalam *storyboard* yaitu dibuat dalam tiga sampai empat gambar dalam satu kertas atau halaman besar agar detail yang disajikan dapat terlihat lebih jelas.

Penjelasan dari beberapa sumber diatas dapat disimpulkan bahwa *Storyboard* adalah reka adegan visualisasi dari sebuah narasi cerita yang di bentuk kedalam kotak-kotak gambar dengan serangkaian sketsa yang menggambarkan suatu urutan (alur cerita). Serangkaian persegi panjang yang telah diisi visualnya akan dikemas kedalam aplikasi multimedia (animasi, film, dan game.).

2.8. Struktur Cerita atau Storyline

Struktur cerita atau *Storyline* dalam wawasan individu adalah perbanyakan sebuah cerita untuk menaik turunkan emosi pembaca ataupun audience. Jean Ann Wright (dalam Caesario, 2019: 32)

menerangkan bahwa semua cerita harus memiliki titik awal, tengah dan akhir. Naskah serial pendek harus berfokus pada karakter utama dalam cerita tersebut. Seorang karakter utama haruslah memiliki tujuan atau motif dan seseorang atau sesuatu harus berlawanan dengan motif tersebut. Dasar ini harus berada dalam sebuah cerita dan tentunya berlaku pada film dan juga animasi.

Pada film, *carpet*, ataupun novel, cerita dapat terbagi menjadi tiga babak.. Pembagian cerita dalam tiga babak dapat memudahkan proses penceritaan agar dapat diikuti secara berturut. Pembagian babak itu dinamakan Act 1 (Introduksi), Act 2 (aksi), dan Act 3 (Konklusi). (Dika, 2014: 42)

Melanjutkan penjelasan yang dijelaskan Raditya Dika pada bukunya yang berjudul *Rahasia Menulis Kreatif* (2014), ia memaparkan ACT 1, ACT 2 dan ACT 3 berdasarkan teori Tiga Babak Aristoteles sebagai berikut :

1. Act 1 (Introduksi)

Babak pertama yaitu babak yang berisikan banyak pengenalan dari introduksi cerita. Bagian ini adalah bagian memperkenalkan karakter dan masalah yang dihadapinya.

2. Act 2 (Aksi)

Babak ini merupakan bagian aksi dari karakter dalam cerita, aksi karakter tersebut melakukan sesuatu untuk mencapai tujuannya. Babak kedua ini merupakan bagian cerita yang bobotnya paling banyak sehingga merupakan bagian cerita yang penting untuk diceritakan. babak aksi juga memiliki fungsi dimana karakter pendukung dapat membantu menyelesaikan masalah dari karakter utama dalam cerita. Babak ini juga biasanya berisi dengan cerita kejatuhan dari karakter utama sehingga ia sadar dan harus memiliki kekuatan lebih untuk mencapai tujuannya.

3. Act 3 (Konklusi)

Isi dari babak ketiga adalah konklusi. Babak ini audience akan tahu kemana arah tujuan dari cerita ini akan berakhir. Akhir cerita bisa berupa akhir yang baik ataupun akhir yang buruk.

Maksud dari beberapa pendapat diatas yaitu, Cerita sendiri memiliki struktur tiga babak mulai dari pertama atau *Introduksi*, *Pertengahan* atau *Aksi*, dan akhir atau *konklusi* yang merupakan cerita dasar karakter utama dan harus memiliki tujuan dan motif serta diperlukannya seseorang atau sesuatu yang menentang tujuan itu.

2.9. *Storybeat*

Menurut Glebas (dalam razi, 2019: 24) *Storybeat* merupakan ide dan tindakan sederhana

yang merupakan unit terkecil yang menceritakan sebuah film. Ide ini kemudian menciptakan sebuah pertanyaan dan terjawab ketika ide baru muncul, maka beat cerita baru akan timbul. Setiap tindakan memiliki suatu tujuan dan ketukan. Storybeat juga menciptakan urutan aksi pada sequence dan pada sebuah sequence akan muncul sebuah key moment yang merupakan tindakan penting yang membuat tindakan-tindakan baru muncul pada Sequence berikutnya.

2.10. Elemen – Elemen Storyboard

A. Camera shot type

Type of shot dapat membangun emosi pada tiap visual. Tiap jenis menyampaikan dan membangun suasana yang berbeda pada tiap adegan. Dengan begitu type of shot harus ditentukan sesuai dengan adegan.

Shot pula adalah suatu syarat dimana terjadi sebuah pengambilan video mulai menurut awal kamera tadi dinyalakan (section) sampai akhirnya dimatikan (cut). Berdasarkan data yang diambil dari website EPS Production, beberapa *camera shot type* yaitu :

a. Long shot.

Pengambilan gambar agak jauh namun tidak terlalu jauh. Jarak antara kamera dan subyek akan memberikan emosi.

b. Medium full shot,

adalah pengambilan gambar dari jarak tidak terlalu dekat, pengambilan gambar dari jarak yang sedang adalah memberikan emosi yang netral.

c. Medium shot.

Medium shot adalah pengambilan gambar yang melibatkan karakter lebih personal. Tipe ini menunjukkan seseorang dengan percakapan yang santai.

d. Medium close up.

Jenis shot ini diambil dari dada ke atas. Jenis shot ini dirancang untuk mengekspresikan emosi seseorang tetapi tetap menunjukkan gerakan.

e. Close up.

Lebih intim daripada *medium shot*, ekspresi dan emosi dari karakter lebih terlihat.

f. Extreme Close up.

Berfungsi untuk memperkuat tingkat emosi. Kamera tepat pada wajah karakter, bahkan emosi yang kecil akan terlihat jelas.

g. Full Shot.

sama seperti namanya dan menunjukkan seluruh tubuh subjek dari kepala hingga ujung kaki. Bidikan ini cenderung lebih fokus pada gerakan dan gerakan karakter, daripada kondisi pikiran mereka.

B. Camera Movement

Ada beberapa jenis pergerakan basic kamera dengan memberikan kebebasan kreatif dalam mengkombinasikan pergerakan untuk mencapai ekspektasi yang diinginkan, maka dalam selby (2013) menyebutkan diantaranya :

a. Zoom

Secara teknis, zoom bukanlah camera movement karena tidak mengharuskan kamu untuk mengubah posisi kamera, melainkan memainkan focal length atau panjang fokus untuk dapat bergerak lebih dekat atau lebih jauh ke arah subjek. Teknik ini adalah teknik yang paling banyak digunakan dalam industri film.

b. Panning

Merupakan gerakan kamera yang dilakukan dengan cara menggerakkan kamera dengan membelokkannya ke arah kanan ataupun kiri yang bertumpu pada posros tripod.

C. Camera angle

Sudut kamera dapat membuat kesan dalam sebuah adegan sehingga visual dapat memberikan sensasi dan makna yang berbeda. Menurut Selby (2013), menjelaskan beberapa pengambilan gambar yang sering digunakan :

a. High Angle

Sudut pengambilan kamera ini yaitu meletakkan kamera pada posisinya lebih tinggi dari subjek sehingga posisi kamera berada diatas posisi dari target pengambilan gambar. Penggunaan sudut ini biasanya untuk menunjukkan dominasi atas subjek.

b. Eye Level Angle

Posisi kamera sejajar dengan subjek. Biasanya digunakan untuk melakukan dialog antar karakter.

D. Rule of Third

Menurut Selby (2013: 90), rule of thirds mempunyai prinsip membagi frame secara vertical ataupun horizontal menjadi tiga bagian, hasilnya frame terbagi dalam sembilan kotak. Selanjutnya dengan meletakkan elemen – elemen visual pada frame dapat menciptakan komposisi yang harmonis dan seimbang.

E. Composition

Ghertner (dalam Zulfa, 2020: 34) menjelaskan mengenai komposisi dalam penempatan tokoh dan latar akan berpengaruh pada pesan yang disampaikan cerita. Penempatan ini dapat menyampaikan arah ketika berdialog, arah tokoh hingga objek pergi. Penempatan ini juga dapat mempengaruhi kesan yang ingin disampaikan kepada audience.

2.11. Tahapan pembuatan *Storyboard*

A. *Thumbnail*

Menggambar sketsa kasar dengan panel kecil yang bertujuan untuk mencari alternative visual sebanyak – banyaknya. Hal ini dapat menjadi cara cepat *Storyboard* artist untuk menentukan penetapan aksi-aksi dasar yang akan diterapkan pada visual dengan kesesuaian cerita. (Winder, dalam Nuraini 2020: 37)

B. *Rough pass*

Pada tahap ini *Storyboard* telah mengalami perubahan dari *thumbnail*, mulai dari angle kamera hingga peletakan komposisi karakter). (Winder, dalam Nuraini 2020: 37)

C. *Clean Up*

Tahap akhir ini sudah menunjukkan detail – detail pada aksi visualnya dan informasi yang penting dari shot yang telah dibuat. (Winder. Dalam Nuraini 2020: 38)

2.12. Pipeline *Storyboard*

Berdasarkan Website Dream farm studios (Maryam, 2019), alur produksi *Storyboard* dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

A. Planning

Selama tahap perencanaan alur produksi *Storyboard*, menjelaskan mengenai tema cerita yang ditimbang dari data dan penetapan waktu pada cerita. Tahapan ini masih berupa gagasan untuk disesuaikan dengan cerita dan juga pembagian waktu yang disesuaikan dengan narasi.

B. Produksi

Tahap produksi ini visual dasar telah dikerjakan oleh *Storyboard* artist yang bertugas membuatnya berdasarkan perencanaan awal.

C. Revision

Tahap revisi adalah dimana *Storyboard* harus telah terbuat dengan cara yang benar. Jika terjadi perubahan kecil maka versi tersebut dapat ditambahkan menjadi draft untuk keperluan kedepannya. Namun jika terjadi perubahan secara

besar – besaran maka diperlukan pembaruan dokumen sebagai versi terbaru.

2.13. Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mementingkan kondisi dari objek penelitian dan bersifat alamiah. (Sugiono dalam Sumarlin, 2020: 14)

2.14. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997 – 2000-an. Generasi z merupakan generasi muda dan selalu mengenal teknologi serta memiliki rasa keingin tahun yang tinggi. (Utami, 2021)

2.15. Langkah – langkah Membuat *Storyboard*

Ketika ide untuk membuat sebuah animasi ditemukan, agar video tersebut menarik maka langkah – langkah untuk membuat *storyboard* (patria, 2020) sebagai berikut :

A. Membuat Timeline

Langkah pertama yang perlu diperhatikan adalah pembuatan urutan pada konsep video yang ingin diciptakan. Narasi adalah perlu disampaikan sebagai garis besar dari timeline cerita. Timeline memastikan dalam pembagian durasi atau perkiraan waktu pada setiap adegan dengan sebaik mungkin.

B. Penentuan Adegan Utama

Menentukan poin – poin penting dalam sebuah video sangat diperlukan. Sebagai contoh adegan yang menunjukkan perbedaan barang jasa seseorang dengan barang jasa lainnya dengan menggunakan review pelanggan ataupun dengan menciptakan pembukaan yang menarik.

C. Penambahan Detail Setiap Adegan

Setiap detail membutuhkan pendekatan yang ingin dipakai bisa berfokus pada animasi saja ataupun berfokus pada konsep yang ingin di rancang. Pada intinya berusaha agar penonton menangkap pesan yang ingin disampaikan.

D. Naskah

Skrip yang dibuat harus menguraikan semua kata, dialog, pengisi suara, atau informasi lainnya pada setiap kotak adegan yang sesuai.

E. Media untuk *Storyboard*

Media pembuatan *storyboard* bisa dikerjakan secara manual ataupun digital. Seperti halnya menggunakan spidol, pensil dan kerja saja ataupun menggunakan aplikasi Adobe Illustrator sebagai medianya.

F. Sketsa

Bagian penting dalam penggambaran adegan video yang ingin divisualkan dengan menggambar karakter dan latar belakang yang digunakan

G. Catatan Detail setiap Adegan

Penambahan detail yang bersifat non – visual untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Bisa menambahkan dialog atau voice over dan juga detail aksi untuk mengarahkan orang – orang yang mengerjakan video tersebut.

H. Cuts

Penambahan potongan atau bagian editing yang diperlukan seperti memperbesar video ataupun menambahkan transisi dan petunjuk lainnya tentang jalan cerita video tersebut.

2.16. Pendekatan Naratif

Menurut Scheiber & Asner-Self (dalam Mawardi, 2018) penelitian naratif merupakan studi tentang kehidupan seseorang dari pengalaman mereka yang diceritakan, dan juga diskusi mengenai makna pengalaman – pengalaman seseorang tersebut.

3. Hasil Pembahasan

3.1. konsep Pesan

Perancangann *Storyboard* dilakukan berdasarkan hasil observasi visual dan data yang telah didapatkan selama penulisan laporan ini. Fenomena harga teman menandakan kurangnya apresiasi terhadap Desain Grafis ini dibuktikan dari hasil wawancara ke beberapa sumber yang berkaitan dengan fenomena ini. Hasil yang didapatkan yakni “harga teman” dapat muncul ketika seorang teman menginginkan harga murah bahkan gratis dari temannya yang seorang desain grafis. Prihal beberapa client yang menginginkan harga murah dikarenakan ketidak tahuan harga dasar dari jasa desain grafis itu sendiri. Kurangnya pengetahuan akan proses mendesain memicu terjadinya stigma buruk terhadap kinerja desain grafis diantaranya pemikiran awam yang mengatakan mendesain sangatlah mudah hanya dengan “klik” semua hal dapat di desain dengan cepat dan hanya hasil dari pengambilan gambar di internet saja. Kemudian dengan memanfaatkan hasil analisis tersebut dan juga beberapa rekomendasi dari hasil wawancara maka dapat di rancang penggarapan *storyboard* berdasarkan beberapa konten yang ada didalamnya meliputi proses mendesain, drama desain grafis, harga dasar jasa desain grafis.

Jadi Perancangan konsep *Storyboard* akan menampilkan penyampaian pesan visual mengenai

apresiasi untuk sebuah proses agar masyarakat memahami bahwa proses produksi dalam desain grafis tidaklah mudah.

3.2. Konsep Kreatif

Perancangan konsep kreatif berdasarkan teori – teori yang telah dimasukan yaitu membuat *storyline*, memasukan unsur elemen – elemen visual, hingga pembuatan *storyboard*. Penambahan unsur cerita dengan membuat konsep transisi kehidupan seseorang menjadi desain grafis hingga ia mendapatkan masalah fenomena harga teman yang setelah itu akan menjadi titik bangkitnya untuk melanjutkan jenjang karir ini. Cerita yang akan dibuat dengan mengutamakan proses seseorang dari ketertarikan terhadap desain grafis hingga menjadi fresh graduate profesi ini. Demi menghibur dalam mengedukasi maka perancang akan memasukan unsur drama dalam proses tokoh utama ini sebagai desain grafis dalam berjuang diterjangnya masalah – masalah yang diambil dari fenomena harga teman, desain gratis dan juga klien yang tidak profesional hingga tokoh ini akan menemukan titik terang mengatasi masalah tersebut. Cara mengatasi masalah tersebut akan menggunakan strategi penerapan tarif jasa desain grafis yaitu pemberian paket harga.

3.3. Konsep Media

Media utama yang akan diterapkan pada perancangan ini adalah animasi pendek yang melewati pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

3.4. Konsep Visual

Perancang menerapkan visual style anime dan unsur elemen visual pada *storyboard* diharapkan dapat menciptakan kesan – kesan yang sesuai dengan ceritanya sehingga pada saat menjadi sebuah animasi dapat dipahami dan dinikmati dengan baik. Penerapan non dialog diaplikasikan kedalam pesan visual sebagai penggantinya. Visual style merujuk dari Jobdesk desain karakter dimana divisi ini yang memberikan rancangan karakternya sebagai referensi untuk pembuatan *storyboard*.

Setelah itu konsep yang telah tercipta akan masuk ke tahap produksi. Pada tahap ini perancang membuat harus mengolah fenomena dan solusi menjadi sebuah cerita yang diinginkan dan juga sesuai data – data yang diperlukan. Ketika cerita telah rampung maka perancang akan membuat sebuah script/naskah untuk *storyboard* yang dimana dari sini dapat menentukan berapa banyak adegan yang ingi (Sauri & Ramdhan, 2019)n dimasukan. Ketika cerita dan naskah telah selesai selanjutnya akan dibuatlah pra produksi animasi yaitu pembuatan *storyboard* yang diawali dengan *Thumbnail*, *Roughpass*, dan

clean up *storyboard*. Berikut proses – proses perancangan cerita dan naskah serta *storyboard* :

3.5. Cerita

Pada tahap ini tugas *Storyboard Artist* mengembangkan fenomena yang telah diteliti kedalam bentuk cerita (lampiran 10, Hal. 114). Setelah itu membagi setiap cerita ke bentuk pembabakan dari introduksi, aksi, dan konklusi. (lampiran 11, Hal. 116)

3.6. Naskah

Cerita yang telah dibabakan setelah itu diolah menjadi sebuah naskah untuk menentukan posisi, aksi, ataupun keterangan suasana pada ceritanya. (Lampiran 12, Hal. 119). Naskah juga akan diolah kedalam bentuk *storybeat* untuk menentukan urutan *sequence* setiap aksi. (Lampiran 13, Hal. 133)

3.7. Thumbnail

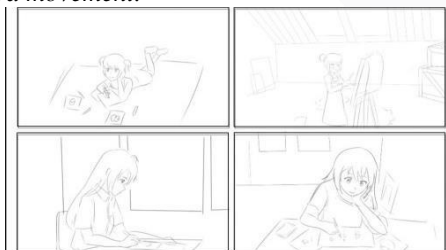
Thumbnail adalah proses dalam pembuatan eksplorasi visual setiap adegan yang telah terbagi pada naskah cerita. Setiap adegan akan terbagi menjadi tiga alternatif gambar yang setelah itu dipilih dengan kesesuaian konsep.



Gambar 1. Sampel *Thumbnail*

3.8. *Rough pass*

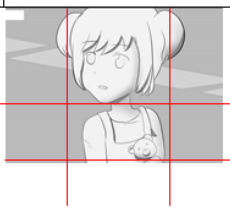
Pada tahapan ini, *Storyboard Artist* membuat sebuah sketsa kasar yang telah memiliki elemen – elemen visual yaitu *type shot*, *angle shot*, serta *camera movement*.



Gambar 2. Sampel *Rough pass*

3.9. *Clean Up Storyboard*

Pada tahap ini yang perlu dimasukan setelah *rough pass* adalah pendetailan setiap adegan. Seperti penambahan garis *rule of third* untuk menentukan komposisi setiap karakter dan latar belakang serta penambahan keterangan aksi, durasi, hingga elemen – elemen visual untuk mengarahkan tim animasi sebagai referensi pembuatan gerakan nantinya.

Scene	Shot	Visual	Ket visual
1	2		Action : mira berhenti sejenak dan terpana melihat sebuah poster yang membuatnya kagum. Medium shot, High Angle Camera Still 4 – 5 detik

Gambar 3. Sampel *Clean Up Storyboard*

4. Kesimpulan

Fenomena harga teman yang menandakan kurangnya apresiasi masyarakat terhadap desain grafis adalah sesuatu yang harus kita pedulikan. Maka dari itu dibutuhkan perancangan yang mengangkat cerita dibalik pekerjaan desain grafis yang bersentuhan dengan fenomena ini agar kesadaran masyarakat terhadap kasus ini dapat menjadi lebih baik. Itulah alasan perancangan ini dibuat hingga akhir untuk menyelesaikan masalah yang terjadi pada fenomena ini.

Dari perancangan yang telah dibuat dari mengumpulkan data – data melalui dokumentasi audio visual yaitu observasi tidak langsung dalam meneliti fenomena harga teman yang menandakan kurangnya apresiasi terhadap desain grafis serta studi pustaka yang menjadi bahan acuan dalam memberikan rancangan sesuai dengan kaidahnya dan wawancara sebagai landasan pembangunan konflik dalam cerita maka terciptalah pra produksi yang meliputi proses pembuatan cerita, pembabakan, *storybeat*, *thumbnail*, *rough pass*, serta *clean up storyboard* dengan judul “Your Appreciation” yang menjadi titik awal pembuatan animasi.

Dengan terciptanya *storyboard* yang telah dibangun sesuai data serta dikombinasikan dengan konsep kreatif maka perancang memberikan pesan edukasi dalam membahas fenomena ini bahwa pentingnya tindakan apresiasi terhadap desain grafis dengan mengetahui proses desain dalam profesi ini agar tidak terjadi lagi tindakan kata “harga teman” di industry desain grafis.

Poin penting dalam perancangan ini adalah sebuah pesan dimana terdapat edukasi proses desain

dalam desain grafis yaitu Konsep, pemilihan media, pengembangan ide, persiapan data, revisi, dan produksi. Tidak lupa pula memberikan rumusan harga yang ditetapkan oleh desainer. Poin ini berdasarkan cerita dari para desainer yang menjadi alasan fenomena kurangnya apresiasi profesi dikarenakan

para klien tidak mengetahui proses desain sehingga terciptalah mindset bahwa mengerjakan sebuah desain adalah hal yang gampang namun juga bisa terjadi karena faktor pertemanan dan juga sama sekali tidak mengetahui proses desain sehingga terciptalah kejadian “harga teman”.

5. REFERENSI

- [1.] Adhitama, M.I.A & Ramdhan. 2019. *Pembuatan Storyboard Dalam Perancangan Animasi 3d Berjudul “ryan” Tentang Dampak Gaming Disorder. Jurnal eProceedings of Art & Design, 6(3). 5.*
- [2.] Ardani, Nurul Aqmarina. 2018. *Jurnal Desain Komunikasi Visual. Perancangan Desain Komunikasi Visual Dalam Bentuk Kampanye Instagram “Apresiasi Kerja Desainer”, 2, 1.*
- [3.] Akbar, Mohamad Mardikha Gemahan & Sumarlin, Rully. 2020. *Jurnal Art & Design. Perancangan Visual Art Game Limbah Greenzone Sebagai media Pembelajaran Sadar Lingkungan, 7(2). 14.*
- [4.] Ar-razi, Muhammad Fuad. 2019. *Perancangan Film Pendek Animasi 2D Rimung.* Tugas Akhir Sarjana, Universitas Telkom.
- [5.] Atmaji, Lutfi Tri. 2019. *Jurnal Tata Kelola Seni. Proses Penentuan Harga Desain Pada Desainer Grafis Freelance, 5, 46 – 47.*
- [6.] Caesario, M.I.R. 2019. *Perancangan Storyboard Dalam Animasi Pendek Berjudul “Djoeang” Dalam Upaya Untuk Menanamkan Kesadaran Mengenai Sejarah Kemerdekaan, Dan Pesan Moral yang Terkandung Didalamnya.* Tugas Akhir Sarjana, Universitas Telkom.
- [7.] Criswiati, Dwi Endah. *Jurnal. Kontribusi Pendidikan Seni Dalam Apresiasi Batik Grobogan Sebagai Produk Kearifan Lokal, hal 3.*
- [8.] Dwiyanti, D & Ramdhan, Z. 2019. *Perancangan Storyboard Dalam Film Pendek Animasi 2d" lovely Paws". Jurnal eProceedings of Art & Design, 6(2). 3.*
- [9.] EPSPRO, 2021. 9 Macam Shots Types Dalam Pengambilan Gambar Yang Harus Kamu Tahu. <https://eps-production.com/macam-macam-shot-types-dalam-pengambilan-gambar-yang-harus-kamu-tau-eps-production-com/>. Diakses 15 maret 2021
- [10.] IDN times. 2018. *Punya Skill Desain Grafis? 5 Pekerjaan Ini Sangat Membutuhkanmu.* <https://www.idntimes.com/life/career/noto/pekerjaan-yang-membutuhkanmu-skill-desain-grafis-c1c2/5>. Diakses 13 November 2020.
- [11.] Lupita, Asih., Oktarina., Eka. 2018. *Pembuatan Film Animasi 2 Dimensi “Peertempuran 5 Hari 5 Malam Di Palembang”.* Tugas Akhir Ahli Madya, Politeknik Palcomtech.
- [12.] Mawardi, Rizal. 2018, September. *Penelitian Kualitatif Pendekatan Naratif.* <https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-naratif/>. Diakses 1 Juli 2021
- [13.] Maryam. 2019, September. *3D Animation : Animation Storyboard, Everything you should know about it [tips and tricks].* <https://dreamfarmstudios.com/blog/3d-animation-Storyboard/>. Diakses 25 Desember 2020.

- [14.] Muhammad. 2020, April. *Suka Duka Seorang Desain Grafis*. <https://glints.com/id/komunitas/qna/suka-duka-seorang-desainer-grafis/K715P6da>. Diakses 17 Oktober 2020.
- [15.] Nuraini, Rahma Kurnia. 2020. *Perancangan Storyboard Animasi 2D "Post" Mengenai Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Generasi Milenial*. Tugas Akhir Sarjana, Universitas Telkom.
- [16.] Patria, Ratna. 2020, April. *Tips Membuat Storyboard Untuk Video Marketing*. <https://www.domainsia.com/tips/tips-membuat-storyboard-adalah/>. Diakses 28 Juli 2021.
- [17.] Ramadhani, Qun Lazuardi. 2018. *Perancangan Buku Komik Pengenalan Profesi Desain Grafis*. Tugas Akhir Sarjana, Universitas Telkom.
- [18.] Sumber Rejeki. 2021, Januari. *Keluh Kesah Profesi Graphic Designer : Revisi sampai mati*. <https://www.youtube.com/watch?v=OP3hq4Vdz-s&list=LL&index=1>. Diakses 9 Januari 2021.
- [19.] Sauri, F & Ramdhan, Z. 2019. *Perancangan Storyboard Dalam Film Animasi 3d "sons Of Pandawa*. *Jurnal eProceedings of Art & Design*, 6(2). 4.
- [20.] Sauri, F. S., & Ramdhan, Z. (2019). *Perancangan Storyboard Dalam Film Animasi 3d "sons Of Pandawa"*. *eProceedings of Art & Design*, 4.
- [21.] Susanti. 2020. *Implementasi Model Edutainment Dalam Pembelajaran DI MI Modern Al-Azhary Lesmana Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*. *Magister Thesis*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- [22.] Utami, Silmi Nurul. 2021. *Jangan Tertukar, Ini Pengertian Generasi X, Z, Milenial, dan Baby Boomers*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>. Diakses 17 Juli 2021.
- [23.] Utami. *Kompas*. 2021, April. *Jangan Tertukar, Ini Pengertian Generasi X, Z, Milenial, dan Baby Boomers*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>. Diakses 18 juni 2021.
- [24.] Zulfa, Nabila. 2020. *Perancangan Storyboard Animasi 2D "Hong" untuk Mengkenalkan Nilai-Nilai dalam Permainan Tradisional Ucing Sumput*. Tugas Akhir Sarjana, Universitas Telkom.

Telkom
University