

saat Natal (Widyaningrum, 2018). Pemantapan warna merah dan hijau ini mungkin berkat peran Haddon Sundblom.

Beliau adalah orang yang menggambarkan sosok *Santa Claus* pada iklan minuman *Coca Cola*. Sholeh (2020) menjelaskan dalam artikel berita yang beliau tulis, di mana saat itu penafsiran *Santa Claus* tidak konsisten, sehingga Sundblom memutuskan menggambarkan tokoh tersebut dengan jubah merah dan latar belakang hijau (warna dari pohon cemara dan *holly*). Penulis juga memberikan aksent putih yang melambangkan salju di musim dingin. Karena tradisi Natal dimulai dengan di benua Eropa di mana perayaannya dirayakan saat musim dingin.



Gambar 2 Poster *Santa Claus* oleh Haddon Sundblom
Sumber: *website* www.coca-colacompany.com

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi Karya

Dalam karya penciptaan ini, penulis membuat karya kartu ucapan Natal menggunakan *motion graphic* 2D berdurasi 15 detik dengan tema Natal. Dalam karya ini, penulis akan membahas mengenai perancangan aset visual. Format *canvas* yang digunakan adalah 1920 x 1080 yang dibuat dengan *Adobe Illustrator*. Untuk membuat *motion graphic* juga menggunakan format yang sama dengan *After Effect*. Pendekatan gaya desain dalam merancang aset visual bertema Natal ini menggunakan *flat design 2.0*.

Konsep Karya

Konsep Penciptaan: Karya yang penulis buat adalah sebuah kartu ucapan Natal dengan media visual *motion graphic* yang menunjukkan visualisasi yang mendukung suasana Natal.

Konsep Penyajian Karya: Penulis menyajikan karya ini dengan konsep merayakan Natal di masa pandemi. Alur cerita yang ingin disampaikan adalah bagaimana di masa pandemi ini, orang-orang merayakan Natal salah satunya adalah mengirim video ucapan Natal. Tema Natal sendiri akan disampaikan melalui suasana, warna, dan benda-benda yang mewakili Natal dalam aset visualnya. Konsep lokasi Natal yang penulis pilih adalah salah satu kota di Benua Eropa yaitu Amsterdam. Penulis menggunakan warna yang identik dengan Natal yaitu merah dan hijau. Secara harmonisasi warna, penulis membuat aset visualnya lebih *happy* dan *bright vibe*.

Tahapan Kerja

1. Pra produksi:

- a. Tema yang penulis pilih adalah Hari Raya Natal. Ide dari karya *motion graphic* yang penulis buat berasal dari bagaimana orang-orang berkomunikasi dan saling merayakan Hari Raya Natal di saat masa pandemi. Ketika pandemi pun, kita masih bisa memberikan ucapan kepada orang-orang yang merayakannya baik keluarga, teman maupun orang sekitar. Target audiens yang penulis tuju adalah orang dewasa.

- b. Observasi

Penulis melakukan riset dan observasi mengenai Natal untuk membuat konsep aset visual karya ini dari beberapa media sosial seperti *Youtube*, *Instagram* dan *Pinterest* untuk dijadikan acuan. Melihat dari beberapa referensi baik dari foto asli maupun hasil desain baik *motion graphic* dan desain grafis yang sudah ada. Kebanyakan *style* aset visual yang digunakan adalah *flat design*. Referensi-referensi tersebut diambil berdasarkan kostum dan aset-aset apa saja yang identik dengan Natal yang sesuai dengan ide desain penulis, serta suasana perkotaan di Eropa yang menggambarkan Natal.

- c. Studi Pustaka

Penulis membahas mengenai perancangan aset visual yang menggunakan *flat design* dan metode simplifikasi dalam prosesnya. Dalam membuat aset visual, penulis membutuhkan dasar dari elemen visual desain (khususnya

warna) dan *flat design 2.0* adalah gaya aset visual yang populer digunakan dalam membuat *motion graphic*. Penulis mendapatkan studi pustaka ini dengan mencari jurnal dan buku yang membahas tentang perancangan aset visual. Dari sumber tersebut, penulis memfokuskan pembahasan teori pada metode simplifikasi, penggunaan warna, dan *flat design*. Untuk teori Natal, penulis mendapatkannya dari beberapa artikel berita.

2. Produksi:

Proses produksi dimulai dari membuat *script*, kemudian *sketch* visual dari *scene* 1 sampai 4. Setelah itu, penulis memulai pembuatan *scene* pertama dengan *Illustrator*. Sebelumnya penulis telah membuat *color pallete*. Namun seiring berjalannya membuat aset, penulis menyesuaikan warna-warnanya agar komposisi warnanya terlihat seimbang dan cocok. Begitu pula untuk *scene* selanjutnya. Di tengah-tengah produksi, penulis juga melakukan beberapa perubahan terhadap sketsa aset pada beberapa *scene* menyesuaikan warna dan komposisi.

Setelah desain aset selesai, penulis melakukan asistensi kepada supervisi. Dari hasil asistensi, supervisi meminta untuk ditambahkan satu karakter di *scene* ketiga. Target MNC Channels adalah untuk keluarga, sehingga supervisi meminta untuk menambahkan satu anak lagi agar terlihat lebih seperti keluarga. Ketika proses membuat desain aset selesai, penulis membuat *storyboard* untuk menjelaskan bagaimana pergerakan yang akan dibuat untuk *motion graphic*nya. Selama proses menganimasi, ada beberapa tambahan detail-detail dan perubahan terhadap *motion*nya. Begitu proses menganimasi selesai, penulis merender videonya dan memberikannya kepada supervisi.

3. Pascaproduksi:

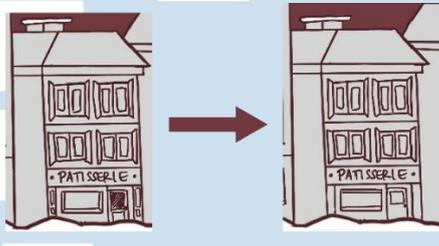
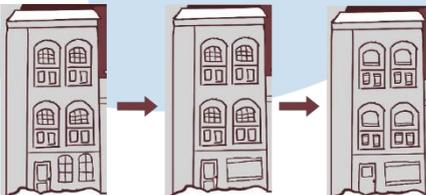
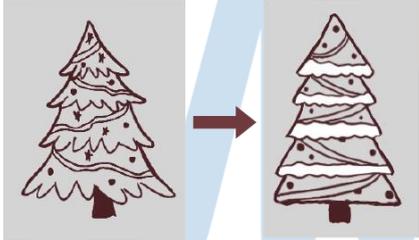
Dalam karya ini, penulis tidak melakukan pascaproduksi. Penulis hanya sebatas membuat aset dan menganimasikan saja. Setelah video *motion graphic* sudah jadi dan dirender, hasilnya akan diserahkan kepada supervisi agar dapat

disampaikan kepada manajer. *Output* video yang diserahkan adalah video berformat *MOV file* dengan 24fps.

4. HASIL KARYA

Berikut adalah hasil implementasi dari referensi foto asli menjadi bentuk aset *flat design* beberapa sampel aset dari *scene 1* sampai 3 *motion graphic* Hari Raya Natal.

Tabel 1. *Sample* Implementasi Konsep dan Simplifikasi Bentuk Aset

No.	Referensi Aset	Proses Simplifikasi	Hasil Aset Final
1.1			
1.2			
2			

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A