

### 3. METODE PENCIPTAAN

#### 3.1 Deskripsi Karya

*Little Class* merupakan program yang berisi konten video ibadah *online* yang diproduksi oleh IFGF Kids. *Little Class* memiliki target penonton anak-anak berusia 0-7 tahun dengan bimbingan orang tua atau *parents guide*. Program ini ditayangkan setiap hari Minggu pukul 10.00 WIB secara *premiere*, di platform *Youtube* dan stasiun televisi *U-Channel*. Program ini memiliki genre *gospel*, karena seluruh isi konten didasarkan pada ajaran agama Kristen. Judul setiap episode dari *Little Class* akan selalu berbeda-beda, sesuai dengan tema per bulan yang telah ditetapkan dari pihak gereja. Video yang digunakan memiliki resolusi 1080p 24fps dan memiliki durasi sekitar 20-30 menit.

Program *Little Class* memiliki *opening bumper* yang berbentuk *motion graphic*. *Opening bumper* tersebut merupakan segmen awal yang menunjukkan judul program beserta dengan pengumuman. *Opening bumper* ini berdurasi 1 menit 55 detik. *Opening bumper* ini menggunakan aset-aset visual berupa *2D design*. Karya yang akan diteliti pada skripsi penciptaan ini adalah perancangan aset-aset *motion graphic* di *opening bumper* program *Little Class*.

#### 3.2 Konsep Karya

Konsep aset visual bertemakan “*Virtual Journey*” ke luar angkasa. Perjalanan virtual audiens dimulai dengan menekan tombol *play* atau *start*. Kemudian, audiens menyusuri luar angkasa dengan roket sambil mendapatkan pengumuman-pengumuman penting dari *Little Class*. Bentuk dari karya penciptaan ini adalah aset *2D design* dan *2D character* dengan *style chibi*, yang nantinya akan diolah ke dalam bentuk *motion graphic*.

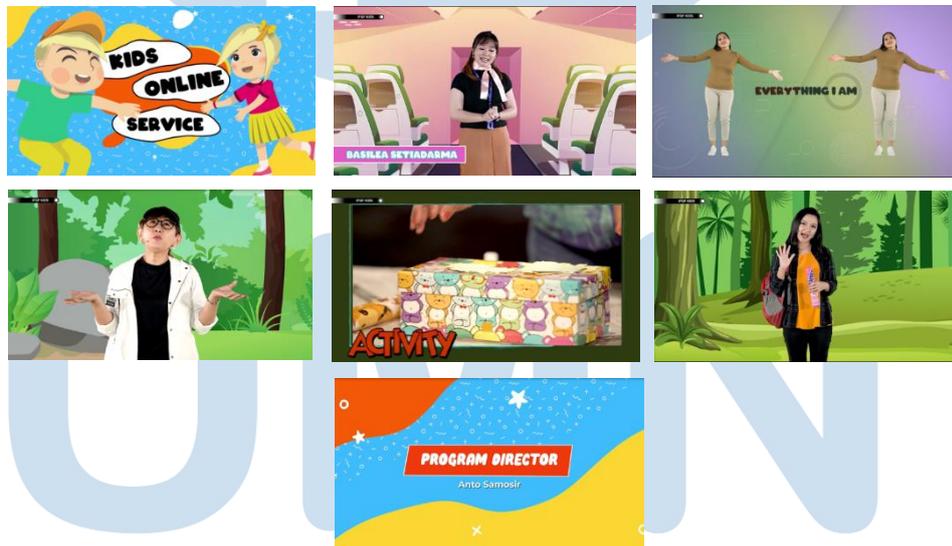
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3 Tahapan Kerja

#### 3.3.1 Pengumpulan Data

##### 1. Observasi

Observasi adalah sebuah teknik mengumpulkan data yang memiliki ciri spesifik dalam sebuah objek penelitian (Sugiyono, 2015). Berdasarkan proses pelaksanaannya, jenis observasi terbagi menjadi observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Penelitian ini menggunakan observasi partisipan, dimana penulis ikut mengambil bagian dalam program yang diteliti melalui kegiatan *internship* sebagai *asset illustrator* dan *motion graphic artist*. Penulis mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai bumper program *Little Class* dari IFGF Kids. Berdasarkan hasil observasi melalui *Youtube*, terdapat 7 segmen utama di dalam program *Little Class*, yaitu *opening bumper*, *opening host*, *praise and worship*, *sermon*, *activity*, *closing host*, *credit title*.



Gambar 3.1 Segmen-Segmen dalam Program *Little Class*

(Channel Youtube IFGF Kids, 2022)

Setiap minggu, program *Little Class* memiliki judul yang berbeda-beda. Judul tersebut akan memengaruhi pemilihan *background* pada sesi *opening host*, *sermon*, dan *closing host*. Misalnya, berdasarkan judul “Let’s

*Start with God*” akan dipilih *background* arena balapan pada bagian *start line*. Terdapat juga pemilihan *background* pesawat, istana, pegunungan, hutan, kutub utara, dll. Pada episode-episode mendatang, program *Little Class* akan memperbanyak tema dan pemilihan *background* di langit dan luar angkasa. Rencana mendatang ini perlu diperhatikan dalam menentukan tema aset *bumper* yang akan dibuat. Pada observasi kali ini, penulis akan berfokus pada *shot* judul program dan *shot* pengumuman mengenai *iCare* di dalam *opening bumper* yang dipakai oleh *Little Class* sebelumnya.

Tabel 2. Hasil Observasi *Opening Bumper Little Class* Sebelumnya

Bagian	Ilustrasi	Hasil Observasi
Judul Program		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Opening Bumper</i> dimulai dengan nama program, yaitu <i>Kids Online Service</i>, disertai dengan maskot <i>Kids</i>, yaitu Ifan (kiri) dan Gianna (kanan).</li> <li>- Identitas program belum detail karena <i>bumper</i> ini digunakan untuk dua program, yaitu <i>Little Class</i> dan <i>Mighty Class</i>.</li> <li>- <i>Bumper</i> menggunakan aset <i>vector</i> yang bersifat <i>liquid</i>, sehingga terdapat banyak garis lengkung. <i>Bumper</i> menggunakan warna dominan biru, oranye, dan kuning.</li> </ul>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

<p><i>Join iCare for Kids</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat tulisan “<i>Join iCare for Kids</i>” untuk mengajak anak-anak bergabung dalam komunitas sel, disertai dengan informasi waktu, tempat, dan <i>link Zoom</i>.</li> <li>- <i>Alignment</i> dari title “<i>ICare for Kids</i>” dengan <i>body text</i> informasi waktu, tempat, dan <i>link Zoom</i> tidak sejajar.</li> <li>- Terdapat aset-aset yang sebelumnya tidak ada, yaitu <i>shape</i> berbentuk bulat.</li> <li>- Penggunaan warna <i>complementary color</i>, yaitu oranye dan biru. Terdapat <i>gradient</i> warna pada <i>shape</i> bulat yang sebelumnya tidak ada.</li> </ul>
-----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berdasarkan hasil observasi pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Bumper* tidak memiliki konsep dan narasi

Aset desain dalam *bumper online service Little Class* sebelumnya tidak memiliki konsep atau narasi yang dapat menggugah rasa ingin tahu anak-anak. *Bumper* ini hanya mengandalkan warna-warna *colorful* dan *font* dekoratif sebagai “ciri khas” dari konten anak-anak.

2. Banyak aspek dalam desain aset yang tidak konsisten

Pertama, bumper didominasi oleh *shape* yang menggunakan *solid color* atau satu warna saja, kemudian tiba-tiba muncul sebuah *shape* yang menggunakan *gradient*. Selain itu, terdapat aset-aset supergrafis

yang hanya muncul pada beberapa *scene*, seperti *shape* berbentuk bulat.

3. Proporsi *layout* dan elemen-elemen desain tidak rapi

Banyak peletakan teks yang tidak memperhatikan *alignment*. Selain itu, pemilihan dan peletakan aset foto yang belum memperhatikan *headroom* dan *looking room*.

## 2. Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk mendapatkan tolak ukur atau acuan dalam perancangan karya tugas akhir. Melalui studi eksisting, penulis dapat mempelajari karya-karya sejenis yang sudah ada sebelumnya. Dengan demikian, penulis dapat menemukan hal-hal yang dapat diterapkan atau dihindari ketika merancang aset *motion graphic*. Penulis melakukan studi eksisting pada *bumper video online service* dari gereja lain. *Bumper* tersebut adalah “*Bible Adventure*” dari *Life Church*. Penulis memilih video *online service* ini, karena memiliki kesamaan tema yaitu perjalanan atau petualangan.

Pada bagian awal *bumper*, terdapat tokoh bintang yang menyambut audiens untuk masuk ke dalam animasi tersebut. Pada *scene* selanjutnya, bintang tersebut pergi bertemu dengan tiga anak yang ingin belajar mengenai Alkitab, sambil menjelajahi sungai, bukit, dan tempat-tempat lainnya. Kelebihan dari *bumper* ini adalah adanya karakter bintang yang menimbulkan daya tarik, muncul dari awal hingga akhir *scene*, dan bergerak melewati beberapa tempat. Dengan demikian, audiens dapat mengikuti *bumper* ini sebagai sebuah petualangan.

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



Gambar 3.2 *Opening Bumper “Bible Adventure”*

(Channel Youtube LifeKids, 2017)

*Bumper* ini menggunakan *analogous colour*, yaitu kuning, hijau, dan biru, sesuai dengan warna karakter bintang, langit, dan rumput. Hal yang perlu diperhatikan dalam *bumper* ini adalah proporsi ketiga karakter anak-anak yang tergolong realistis dan cukup tinggi seperti anak remaja berumur 9-13 tahun. Selain itu, kostum dari ketiga karakter tersebut juga merupakan kostum anak remaja. Proporsi tubuh dan kostum karakter tersebut kurang cocok dengan target audiens video *online service* untuk anak-anak berusia 0-7 tahun.

### 3. Studi Pustaka

Dalam studi pustaka, penulis menggunakan beberapa literatur sebagai dasar untuk menciptakan karya. Buku yang menjadi teori utama adalah buku *Graphic Design Solutions* yang ditulis oleh Robin Landa. Buku ini menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan strategi perancangan desain secara bertahap. Buku kedua adalah *Design for Kids* yang ditulis oleh Debra Levin Gelman. Buku ini mengemukakan bagaimana cara menciptakan desain yang dapat menolong anak-anak untuk berpikir, bermain, dan belajar. Teori pendukung yang digunakan adalah beberapa buku, jurnal, dan artikel mengenai *bumper*, *motion graphic*, *online service*, dan pendidikan anak usia dini.

### 3.3.2 Perancangan

Perancangan aset-aset desain pada *bumper online service* untuk *Little Class* akan menggunakan strategi perancangan Robin Landa. Strategi ini terdapat di dalam buku yang ditulisnya, yang berjudul *Graphic Design Solutions*. Menurut Landa (2018), terdapat lima tahapan dalam pembuatan sebuah karya desain. Kelima tahapan tersebut diantaranya adalah *orientation*, *analysis*, *conceptual design*, *design*, dan *implementation*. Tahap-tahap tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

#### 1. *Orientation*

Tahap *orientation* adalah tahap untuk mempelajari proyek yang harus dilakukan. Terdapat beberapa poin penting yang perlu diketahui penulis pada tahap ini, yaitu, sifat dasar dari proyek, siapa target audiens, relasi proyek dengan audiens, apa solusinya, dll. Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan informasi sebanyak-banyaknya mengenai *Little Class* beserta masalah dan kebutuhan audiens. Pada tahap ini, penulis juga melakukan observasi, studi literatur, dan studi eksisting yang mendukung proses perancangan *bumper* untuk *Little Class*.

#### 2. *Analysis*

Setelah melakukan tahap *orientation*, tahap selanjutnya adalah proses analisis segenap informasi yang telah diperoleh. Dengan demikian, penulis dapat memahami dan membuat suatu perencanaan. Penulis akan mengambil kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut berupa solusi-solusi dari permasalahan yang telah dibahas pada tahap *orientation*.

#### 3. *Conceptual Design*

Setelah tahap *analysis*, perlu dilakukan *mindmapping* untuk mendapatkan *keywords*. *Keywords* ini dibutuhkan untuk mendapatkan ide-ide dasar. Setelah memperoleh *keywords*, dilakukanlah *brainstorming* untuk mengolah ide-ide dasar tersebut menjadi *big idea*. *Big idea* dapat menjadi landasan utama dalam proses visualisasi. Dalam tahap ini, *big idea* juga diaplikasikan

ke dalam aspek-aspek desain yang akan dibuat, diantaranya adalah gaya visual, warna, perancangan karakter, dan tipografi.

#### 4. *Design*

Pada tahap *design*, konsep-konsep dasar yang telah dibuat akan divisualisasikan. Proses visualisasi ini dilakukan dengan pembuatan sketsa. Dikarenakan desain ini akan digunakan untuk keperluan *motion graphic*, maka penulis akan membuatnya dalam bentuk *storyboard*. Pada tahap ini, penulis dapat melakukan eksplorasi visual untuk memperkaya kemungkinan-kemungkinan desain.

#### 5. *Implementation*

Tahap *implementation* merupakan tahap eksekusi dari design yang sudah ada pada media akhir. Pada proyek ini, eksekusi akan dilakukan secara digital, yaitu dengan penggambaran dan pewarnaan menggunakan media digital. Setelah tahap ini selesai, penulis akan memberikan hasil desain kepada *motion graphic artist* untuk dapat mengolah desain tersebut menjadi *motion graphic*. Setelah kelima tahap ini selesai, akan dilakukan *debriefing* untuk membahas proyek. Proses ini dilakukan untuk menemukan solusi desain mana yang sudah tepat dan berhasil dan mana yang tidak tepat dan kurang berhasil.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA