

kehadiran akun Instagram mereka sebagai bentuk pemasaran (Wawancara dengan *Creative Director* DRE Communication). Kini DRE Communication menggunakan akun Instagram tersebut untuk dapat menarik *client*, merepresentasikan identitas dan sebagai portofolio pencapaian yang dimiliki. Penulis akan mewujudkan poin-poin tersebut khususnya penggambaran identitas DRE Communication dengan menggunakan *motion graphic* sebagai medium yang digunakan dalam bumper logo untuk *feed post* di Instagram DRE Communication.

1.1.RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, berikut adalah rumusan masalah yang Penulis dapatkan.

Bagaimana perancangan gerakan tipografi untuk menampilkan *value* Perusahaan pada bumper logo DRE Communication?

1.2.BATASAN MASALAH

Penulis hanya membatasi pembahasan untuk gerakan tipografi berdasarkan tipografi kinetik, *squash and stretch*, dan *timing* untuk menggambarkan sifat adaptif, kreatif, *approachable* dan energetik sebagai representasi identitas DRE Communication.

1.3.TUJUAN PENELITIAN

Untuk membuat rancangan gerakan tipografi pada bumper logo DRE Communication yang dapat menggambarkan identitas sebagai Perusahaan yang adaptif, kreatif, *approachable* dan energetik.

2. STUDI LITERATUR

Penulis akan menggunakan beberapa teori dan studi sebagai referensi dan acuan untuk membuat laporan ini. Teori dan pembahasan tersebut terdiri dari Teknik *motion graphic*, tipografi kinetik, *squash and stretch*, *timing*, dan bumper logo. Berikut adalah penjelasan dari tiap teori lebih lanjut.

2.1 Teknik Motion Graphic

Motion Graphic secara definisi mencakup semua elemen grafis yang bergerak. Teknik membuat animasi atau cara membuat suatu gambar bergerak memiliki banyak cara seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi. Salah satu Teknik tersebut adalah *Interpolation* atau *Keyframe Interpolation*. Berbeda dengan membuat animasi *frame by frame* di mana ada nya *in-between*, Teknik ini menggunakan titik-titik *keyframe* yang mengandung data dari elemen grafis yang kemudian akan dibuat *in-between* nya oleh komputer biasanya dengan menggunakan perangkat lunak seperti *Adobe After Effects*. Data dari titik *keyframe* tersebut dapat dimanipulasi oleh animator. Menurut Jon Krasner dalam bukunya *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*, *interpolation* tersebut terdiri dari :

1. *Spatial Interpolation*

Transformasi posisi, skala, rotasi, dan orientasi dari benda-benda grafis.

Arah Gerakan yang terdiri dari linear dan non-linear. Linear (*motion path* lurus) termasuk Gerakan yang menyerupai mekanik buatan manusia. Sebaliknya, non-linear (*motion path curved*) adalah Gerakan menyerupai benda di alam yang bersifat natural, dinamis, dan tidak dapat ditebak.

2. *Visual Interpolation*

Mengubah form atau bentuk seperti morphing, warping dan cross dissolving.

3. *Surface Interpolation*

Mengubah Cahaya, warna, *opacity*, atau efek dalam suatu karya *motion graphic*.

4. *Temporal Interpolation*

Letak dan jarak dari satu *keyframe* antara *keyframe* selanjutnya mengubah *Duration and velocity* yang berarti semua berhubungan dengan waktu pada suatu gerakan yang berpengaruh pada cepat atau lambatnya suatu benda bergerak (hlm. 334)

Akselerasi dan deselerasi dari suatu benda dapat dimanipulasi dengan *velocity graph* (hlm. 335). Penulis menggunakan *Adobe After Effects* sebagai perangkat

lunak untuk membuat motion graphic. Menurut website Adobe, ada fitur *easing* yang disediakan oleh *Adobe After Effects* dalam menu “*Keyframe Assistance*”. *Ease in* adalah di mana gerakan mulai pelan, kemudian mempercepat sebelum berhenti *Ease Out* sebaliknya di mana gerakan dimulai cepat kemudian memelan sebelum berhenti, dan *Easy Ease* yang memudahkan keyframe untuk kemudian dibuat *Ease In* atau *Out*. Pengguna juga dapat mengubah kecepatan dengan *Graph Editor*.

2.2 Tipografi Kinetik

Tipografi Kinetik termasuk bagian dari *motion graphic*, yang berarti menampilkan sebuah teks dengan gerakan. Tipografi kinetik memiliki kemampuan untuk menampilkan sifat dan kandungan ‘emosional’ dari teks dan dapat menggiring perhatian penonton atau pembaca (Forlizzi, et al., 2003, hlm. 377). Contohnya, nada bicara dari teks dapat ditunjukkan dengan mengubah gerakan menjadi naik atau turun, volume dapat ditampilkan dengan membesarkan ukuran, berat atau warna, dan tempo dapat dilihat dari perubahan *tracking* huruf, waktu juga dari bentuk huruf ditarik (Forlizzi, et al., 2003, hlm. 377).

Pada umumnya dalam tipografi kinetik, huruf-huruf akan dipandang sebagai bentuk fisik dengan makna semiotika daripada hanya sekedar teks (Jon Krasner, 2008). *Motion literacy* adalah kata yang digunakan oleh Jan Kubasiewicz untuk mengartikan makna dibalik gerakan atau sebagai bahasa gerakan dan Krasner menjabari “*considerations*” untuk gerakan terdiri dari *spatial* dan *temporal* (Krasner, 2008, hlm. 137- 154).

2.3 Squash and Stretch

Squash and Stretch merupakan salah satu dari 12 prinsip animasi yang dipelopori oleh Disney dan dicantumkan pada buku *The Illusion of Life* (Thomas & Johnston, 1981) Menurutnya, prinsip ini salah satu penemuan mereka yang paling penting karena benda asli yang bergerak memiliki *squash and stretch* yang terjadi secara natural, mereka mengamati foto-foto olahragawan di koran di mana kulit para atlet dapat berubah bentuk saat bergerak dan secara keseluruhan dapat menunjukkan

emosi dan ekspresi yang mereka miliki (hlm. 47-49). *Squash and Stretch* memberi kesan kehidupan dan keluwesan dari suatu karakter atau objek (Roy, 2013). *Squash and stretch* paling sering digunakan sebagai representasi benda secara hukum fisika (Thesen, 2020).

Oleh karena itu, Penulis dapat menyimpulkan bahwa prinsip ini dapat membuat animasi karakter terlihat hidup dan mampu menunjukkan sifat dan emosi dari karakter tersebut. Dalam studi yang menganalisis ulang 12 prinsip animasi untuk diaplikasikan di zaman sekarang, telah disimpulkan bahwa ada dua fungsi dari *squash and stretch* yaitu sebagai representasi benda bergerak sesuai hukum alam dan sebagai representasi emosional untuk suatu animasi (Thesen, 2020). *Squash and Stretch* juga merupakan cara membuat suatu animasi terlihat '*funny and cartoon like*' atau dapat dibilang sesuatu yang memberi identitas 'kartun' sesuai persepsi kartun yang dimiliki oleh sampel penelitian tersebut (Kwon & Lee, 2012).

2.4 Timing

Penulis akan membagi *timing* menjadi dua pengertian. Yang pertama adalah *timing* menurut 12 prinsip animasi oleh Disney yang membicarakan pelan atau cepatnya suatu Gerakan animasi. Karakter yang menoleh ke samping dapat memiliki dua arti berbeda tergantung dari kecepatan ia menoleh. (Thomas & Johnston, 1981, hlm. 64) Oleh karena itu *timing* dapat mempengaruhi makna dan emosi dari suatu Gerakan kepada penonton. *Timing* juga mengikuti cepat atau lambatnya suatu aksi sesuai hukum fisika agar animasi terlihat realistis.

Pengertian *timing* selain itu adalah dari buku Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics oleh Jon Krasner (2008, hlm. 154) di bab *motion literacy* dari salah satu topik yaitu *temporal considerations*. Beliau membahas tentang *altered velocity* yang terdiri dari tiga jenis yaitu :

1. *Slow motion*

Mengubah kecepatan dari suatu gerakan menjadi pelan yang tidak masuk akal sesuai hukum alam, karena ketidaksesuaian itu *slow motion* dapat menekankan

pergerakan tersebut dan memberi efek dramatis karena seperti memberi “*close up*” pada waktu (hlm. 153).

2. *Fast motion*

Gerakan yang terlihat lebih cepat dari normal memberi kesan komedi atau bahkan menimbulkan kecemasan dan kepanikan tergantung dari konteks (hlm. 154). Krasner juga memberi deskripsi gerakan dengan kata “*erratic*” dan “*jumpy*” yang menurut Penulis dapat diartikan sebagai gerakan yang energetik.

3. *Freeze frame*

Menghentikan suatu gerakan di tengah aksi seperti memberi “*pause*”, mirip halnya dengan *slow motion* di mana seakan waktu bisa dilihat secara ‘*close up*’ atau dalam kata lain melakukan ‘*framing*’ pada waktu. (hlm. 154). Berhentinya waktu seperti ini sangat tidak natural dan disebut *surreal* dan hiperrealis oleh Krasner (hlm. 154). Oleh karena itu, *freeze frame* berfungsi untuk “*framing detail*” sehingga penonton dapat mencerna detail dari suatu gerakan yang pada umumnya akan terlewat sepintas mata saja. (hlm. 154)

2.5 Bumper Logo

Bumper adalah suatu video pembuka atau penutup yang berupa animasi untuk menggambarkan identitas (Febriyanto et.al, 2018). Suatu studi yang menganalisis beberapa bumper TV dengan teori *fluid typography* menemukan bahwa tiap jenis *fluid typography* dapat mengkomunikasikan *branding* berbeda-beda. Teori terdiri dari :

- a. *Construction* : Elemen grafis yang awalnya terpisah bergabung menjadi satu kata. Menurutnya, penonton akan memahami makna masing-masing elemen sendiri terdahulu sebelum meninggalkannya untuk makna baru di akhir, tiap elemen individu tersebut masih memiliki identitas masing-masing.
- b. *Parallax* : Ketika elemen-elemen grafis di awal bergabung tetapi karena efek *parallax*. Makna dibalik ini sama seperti *construction*.
- c. *Revelation* : Pada contoh yang diberikan, para huruf berhadap belakang sebelum memutar dan terjadi *reveal* untuk huruf yang di-eja. Penafsiran

umumnya bahwa masing-masing elemen memiliki identitas yang lebih dari satu.

- d. *Metamorphosis* : Dikutip bahwa jenis ini yang paling umum digunakan. Layaknya seperti *metamorphosis*, elemen grafis melewati transformasi yang mengubah wujud dasarnya. *Metamorphosis* berarti pemusnahan dari identitas lamanya. Jika suatu brand menggunakan metode ini, dapat memberi pesan bahwa brand tersebut fleksibel dan bersifat progresif, mudah beradaptasi dengan perubahan namun *core value* nya tidak akan tergoyah.

Teori tersebut digunakan dalam tipografi kinetik tetapi aplikasi pada studi tersebut (Brownie, 2015) adalah pada *ident* yang memiliki pemahaman yang sama dengan bumper (Febriyanto et.al., 2018).

3. METODE PENCIPTAAN

3.1. Deskripsi Karya

Bumper logo DRE Communication ini berupa video yang dibuat dengan *motion graphic* 2D untuk *feeds* sekaligus *reels* Instagram. Karya ini memiliki aspect ratio 9:16 dengan *thumbnail* 4:6 dan berdurasi 10 detik dengan 30fps, stereo dan rgb. Hasil karya ini disesuaikan untuk dilihat dari layar *handphone*, namun perusahaan magang Penulis juga ingin dapat digunakan sebagai bumper di layar panggung saat ada *event*.

3.2. Konsep Karya

Bumper logo DRE Communication ini menggunakan *motion graphic* khususnya tipografi kinetik untuk menunjukkan identitas DRE Communication oleh karena itu, penyajiannya perlu dibuat menarik, hidup dan *approachable* sesuai prinsip DRE Communication. Konsep bentuk dari konten ini adalah bumper logo yang diunggah di *feed* Instagram dan *multimedia event*. Penulis mendapat inspirasi dari video *marketing campaign*, *moving poster*, *billboard*, dan bumper logo lain yang menggunakan *motion graphic* untuk menampilkan identitas.