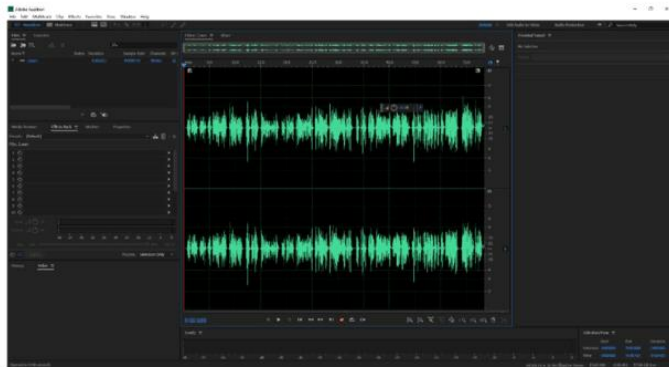


BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya membahas studi-studi yang sejenis atau mirip yang telah dilakukan sebelumnya, dengan tujuan untuk membedakan atau menyempurnakan penelitian yang ada, sehingga dapat mengidentifikasi aspek-aspek baru atau pembaruan dalam penelitian tersebut.

Menurut penelitian Joshua Remy Lindartono, dan Saiful Yahya, STIKI Malang dengan judul “Perancangan Motion Graphic Series sebagai Media Edukasi tentang Depresi bagi Para Remaja” tujuan dari penelitian ini adalah memberikan media edukasi untuk para remaja agar lebih mengenal ,dan juga lebih peduli terhadap masalah depresi.

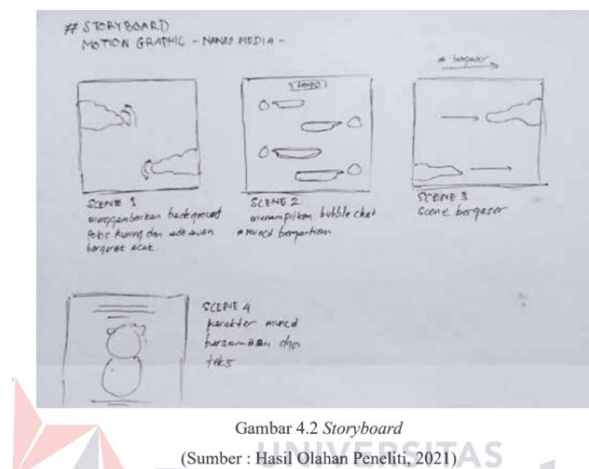


*Gambar 5. Proses dubbing audio
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)*

Gambar 2.1 Proses dubbing audio

Sumber: (Joshua Remy Lindartono, dan Saiful Yahya(2022)

Menurut Daniel Aryasetya Anggoro dari Universitas Dinamika, dalam laporannya yang berjudul “Perancangan Motion Graphic Pada Feed Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Bersama Nanas Media,” penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki citra merek Nanas Media dengan menerapkan motion graphic pada feed Instagram. Hasil dari studi ini meliputi pemahaman mendalam tentang penggunaan motion graphic untuk klien Nanas Media, khususnya Little V Indonesia, serta pengetahuan tambahan mengenai desain dan motion graphic. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan mengenai mekanisme kerja tim, tujuan yang hendak dicapai, dan pentingnya komunikasi yang efektif di antara anggota tim.

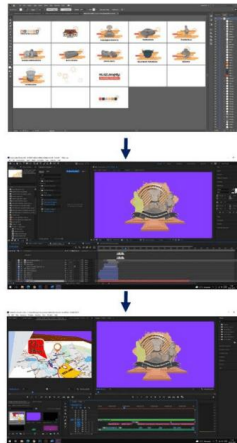


Gambar 2.2 Sketsa Penulis

Sumber (Daniel Aryasetya anggoro)2021)

Menurut M. Sayuti, Yusril, dan Syafwandia dengan jurnal yang berjudul “Motion Graphic Media Informasi Wisata Kompleks Percandian Muara Jambi”

yang memiliki tujuan menggait dan meningkatkan antusiasme masyarakat untuk berwisata ke KPMJ. Sekaligus mampu memberikan sumbangan pengetahuan dan mengedukasi masyarakat untuk peduli serta menjaga dan melestarikan peninggalan cagar budaya.



Gambar 13. Screenshot proses pembuatan animasi

Gambar 2.3 Proses Pengerjaan

Sumber: (M. Sayuti, Yusril, dan Syafwandia)2021)

Pada jurnal “Perancangan Motion Graphic Stunting Serta Upaya Pencegahannya” oleh Arif Johari, Nia Septiani, dan Aan Setiawati memiliki tujuan dan memiliki pesan yang ditujukan untuk masyarakat tentang pentingnya pencegahan stunting.



Gambar 4. Scene 7
(sumber : Hasil Olahan Peneliti)

Gambar 2.4 Scene 7

Sumber: (Arif Johari, Nia Septiani, dan Aan Setiawati)2021)

2.2 Teori Terkait

2.2.1 Motion graphic

Motion graphic adalah bentuk desain grafis yang menggabungkan elemen-elemen multimedia seperti teks, grafik, ilustrasi, dan video dalam pergerakan atau animasi (Barnes, 2019, #). Dalam motion graphic, elemen-elemen ini dirancang untuk bergerak dan berinteraksi dengan cara yang menghasilkan pesan visual yang dinamis dan menarik. Motion graphic digunakan dalam berbagai konteks, termasuk iklan, film, video musik, presentasi, dan konten digital. Motion Graphic memiliki beberapa karakteristik utama:

1. Animasi: Animasi adalah komponen kunci dalam motion graphic. Elemen-elemen grafis bergerak, berubah, atau berinteraksi dalam waktu nyata untuk menciptakan efek visual yang menarik.

2. Kreativitas: Motion graphic memungkinkan penggunaan kreativitas dalam desain. Elemen-elemen grafis dapat dianimasikan dengan berbagai cara, termasuk pergerakan linier, transformasi bentuk, efek peralihan, dan banyak lagi.

3. Narrasi Visual: Motion graphic sering digunakan untuk menyampaikan pesan kompleks atau narasi melalui elemen-elemen visual yang bergerak. Ini bisa menjadi cara efektif untuk menjelaskan konsep atau cerita kepada audiens.

4. Efek Visual: Motion graphic sering memanfaatkan efek visual seperti transparansi, efek cahaya, dan efek suara untuk menciptakan pengalaman yang menarik.

5. Durasi Singkat: Motion graphic umumnya memiliki durasi singkat, biasanya beberapa detik hingga beberapa menit. Ini membuatnya cocok untuk konten digital dan promosi yang singkat dan mudah dikonsumsi.

Dalam konten digital, motion graphic dapat digunakan untuk menjelaskan konsep kompleks atau memberikan wawasan visual yang menarik dan juga merupakan media yang kuat dalam komunikasi visual yang kreatif dan efektif.

Motion graphic memiliki kemampuannya untuk menciptakan konten yang menarik, memicu emosi, dan mendorong interaksi memberi dampak signifikan dalam dunia yang dipenuhi dengan informasi. Dalam era sosial media yang terus berubah, motion design bukan hanya alat untuk membedakan konten, tetapi juga sebagai katalisator tren baru. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang

motion design dan kreativitas dalam menggunakannya akan menjadi aset berharga bagi siapa saja yang ingin tetap relevan dalam lingkungan digital yang berubah dengan cepat.

2.2.2 Tematik

Tematik merujuk pada sesuatu yang berkaitan dengan tema. Tema adalah ide atau topik yang menjadi fokus dalam konteks tertentu, seperti dalam seni, sastra, desain, pendidikan, atau pembicaraan. (Amanah, 2021). Pendekatan tematik melibatkan penekanan pada atau eksplorasi sebuah ide, konsep, atau topik tertentu dalam suatu konteks atau karya. Tematik yang berlaku terhadap konteks penelitian ini adalah seni dan desain motion graphic. Dalam seni visual atau desain motion graphic, pendekatan tematik melibatkan penciptaan karya seni atau desain motion graphic yang memiliki fokus pada tema atau konsep tertentu. Misalnya, sebuah icon tertentu yang bersifat tematik hari besar yang ada Indonesia. Dapat disimpulkan tematik merujuk pada konsep atau pendekatan yang menekankan tema atau topik tertentu dalam suatu konteks. Ini dapat digunakan dalam berbagai bidang untuk membantu mengorganisir informasi, pemahaman, atau pembuatan karya.

2.2.3 Media Komunikasi Visual

Media komunikasi visual adalah sarana yang menggunakan elemen-unsur visual, seperti gambar, grafik, ilustrasi, fotografi, video, animasi, dan desain grafis, untuk menyampaikan pesan, informasi, atau konsep kepada audiens. Media ini memanfaatkan daya tarik visual untuk menarik perhatian, mengkomunikasikan ide, dan menciptakan dampak emosional. Media komunikasi visual sangat penting

dalam era digital karena semakin terpapar oleh gambar dan video melalui platform media sosial, situs web, iklan, dan berbagai konten online. Keberhasilan media komunikasi visual tergantung pada kemampuannya untuk mengomunikasikan pesan dengan jelas dan efektif. (Gischa, 2023). Dalam banyak kasus, visual dapat menggantikan atau melengkapi teks dan membantu audiens memahami informasi dengan lebih baik. Misalnya, grafik dan diagram dapat memvisualisasikan data dan statistik dengan cara yang lebih mudah dimengerti daripada daftar angka. Video dan animasi dapat menjelaskan proses yang rumit dengan lebih baik daripada teks panjang.

Media komunikasi visual digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pemasaran, pendidikan, desain, seni, jurnalisme, dan komunikasi bisnis. Ini membantu organisasi dan individu untuk mempromosikan produk, layanan, atau pesan mereka, serta memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi audiens mereka. Dengan perkembangan teknologi, media komunikasi visual menjadi semakin penting dalam mempengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat dalam berbagai bidang kehidupan. (Badriyah)

2.2.4 Akun Instagram

Akun Instagram adalah profil pribadi atau bisnis yang dibuat oleh pengguna di platform media sosial Instagram. Setiap akun memiliki informasi seperti nama, foto profil, bio, dan tautan yang dapat diisi oleh pengguna sesuai keinginan mereka. Dengan akun Instagram, pengguna dapat mengunggah foto, video, dan cerita yang mencerminkan kehidupan sehari-hari mereka, minat, atau aktivitas bisnis. (Kumparan, 2020). Mereka dapat berinteraksi dengan pengikut

mereka melalui like, komentar, dan pesan langsung, serta mengikuti akun lain yang menarik bagi mereka. Instagram juga menyediakan berbagai fitur interaktif seperti cerita, IGTV, dan polling yang memungkinkan pengguna berbagi konten yang lebih menarik dan bervariasi. Akun Instagram adalah alat yang sangat populer dalam berbagi, berinteraksi, dan membangun kehadiran online, baik untuk individu maupun bisnis. (Slice, 2023).