

**Perancangan *Motion Infographic*
Gaya Hidup Dalam Menghadapi
Perubahan Iklim**



Tugas Akhir Penciptaan Seni
Minat Utama Penciptaan Desain Komunikasi Visual
Program Studi Magister Penciptaan dan Pengkajian Seni
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Diajukan Oleh :

Wisnu Wijaya

NIM. 1821151411

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

**PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS
PENCIPTAAN SENI**

**PERANCANGAN *MOTION INFOGRAPHIC*
GAYA HIDUP DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN IKLIM**

Oleh:

Wisnu Wijaya

NIM. 1821151411

Telah diuji pada tanggal 15 Juni 2022
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:

Pembimbing Utama

Penguji Ahli


Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.


Kurniawan Adi Saputro, Ph.D.

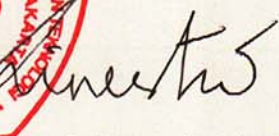
Ketua Tim Penilai


Octavianus Cahyono, Ph. D.

Yogyakarta, **11 AUG 2022**

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta




Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si.
NIP. 197210232002122001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis dan karya yang saya rancang ini belum pernah diajukan dalam memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi. Tesis dan rancangan ini merupakan hasil dari penelitian yang didukung berbagai referensi, belum dipublikasikan kecuali yang secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan. Saya bertanggung jawab atas keaslian tesis saya dan bersedia menerima sanksi apabila ditemukan hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini.



Yogyakarta, 15 Juni 2022

Pembuat pernyataan,

Wisnu Wijaya
NIM. 1821 151 411

PERANCANGAN *MOTION INFOGRAPHIC* GAYA HIDUP DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN IKLIM

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Penciptaan dan Pengkajian Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2022

oleh Wisnu Wijaya

ABSTRAK

Bumi mengalami perubahan iklim berkali-kali, namun perubahan suhu global dan pola cuaca yang ekstrim baru terjadi lima puluh sampai enam puluh tahun terakhir yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Topik perubahan iklim penting untuk terus dibicarakan dan ditindak lanjuti sebelum temperatur global mencapai titik kritis dan kekacauan akan sulit diatasi. Perancangan ini bertujuan menyentuh aspek kognitif dan afektif penonton generasi muda. Model design thinking dari Tim Brown dipilih sebagai dasar metode perancangan. Enam tahap tersebut antara lain: Emphasize, Define, Ideate (Penetapan Ide dan Konsep), Prototype (Mengeksplorasi Purwarupa), dan Test (Pengujian). Model komunikasi S - R (stimulus - respon) diterapkan pada unsur verbal (tempo narasi, bahasa yang diletakkan lebih-lebihkan) dan elemen visual (tone warna, ekspresi wajah pada foto, pencantuman sumber data yang dapat dipercaya) sebagai stimulus bagi penonton mendapatkan respon tertentu. Pada babak pertama, responden lebih tersentuh pada sisi kognisi sebanyak 70% -80%. Pada babak kedua, sisi kognisi masih mendominasi sebanyak 70% daripada afeksi 30%. Selanjutnya hasil kuesioner dari scene 5 yang berisi keterkaitan perubahan iklim dengan konflik, responden mulai tersentuh dari sisi afektif sebesar 60%, sedangkan dari kognitif sebesar 40%. Pada babak terakhir yang berisi komparasi kondisi terkini dengan dampak buruk perubahan iklim di masa depan, hasil kuesioner secara garis besar menunjukkan bahwa responden tersentuh dari sisi afektisi sebesar 70 %, lebih besar dibandingkan dari kognisi sebesar 30%. Dari hasil kuesioner pada tahap pengujian, membangun hubungan sebab akibat dan logika berpikir terkait dengan perubahan iklim penting untuk disampaikan terlebih dahulu sebelum menyentuh sisi emosional, ketakutan, dan empati melalui stimulus verbal dan visual.

Kata kunci : Perubahan Iklim, Stimulus, Respon, Kognisi, Afeksi

MOTION INFOGRAPHIC DESIGN THE LIFESTYLE TO PREVENT CLIMATE CHANGE

*Written Project Report
Visual Communication Design Creation Program Postgraduate
of The Indonesian Art Institute In Yogyakarta, 2022*

By: Wisnu Wijaya

ABSTRACT

Climate changes of earth happened many times, but global temperature change and extreme weather patterns have occurred in the last fifty to sixty years caused by human activities. The topic of climate change keep to be talked and follow up before global temperatures reach a critical point and difficult to overcome. This thesis design aims to touch the cognitive and affective aspects of young audiences. Tim Brown's design thinking model was chosen for the design method. The six stages include: Emphatize, Define, Ideate (Determining Ideas and Concepts), Prototype, and Test. The S - R (stimulus - response) communication model is applied to verbal elements (narrative tempo, exaggerated language) and visual elements (color tones, facial expressions in photos, inclusion of credible data sources) as a stimulus for the audience to get a certain response. In the first stage, the cognitive side of respondents touched as much as 70% -80%. In the second stage, the cognitive side still dominates as much as 70% than affective 30% . Furthermore, the results of the questionnaire from scene 5 which contains the relationship between climate change and conflict, the affective side of respondents touched by 60%, than the cognitive side by 40%. In the last stage which contains comparison of the current conditions with the adverse impacts of climate change in the future, the results of the questionnaire broadly show that the respondents were touched from the affective side by 70%, meanwhile the cognition by 30%. The results of the questionnaire at the testing stage, building a causal relationship and logical thinking related to the climate changes is important to be conveyed first before touching the emotional side and empathy through verbal and visual stimulant.

Keywords: Climate Change, Stimulus, Response, Cognition, Affection

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan segala puji syukur kepada Allah SWT. karena atas rahmat dan anugerah-Nya dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir tesis berjudul "Perancangan *Motion Infographic* Gaya Hidup Menghadapi Perubahan Iklim" yang ditujukan kepada Generasi Y dan Z di Indonesia. Perancangan video infografik ini menghadirkan pengetahuan serta upaya dalam menghadapi perubahan iklim. Tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai tempat menuntut ilmu dan ruang apresiasi seni di jenjang akademik magister seni.
 2. Ibu Dr. Fortunata Tyasrinesu, M.Si sebagai direktur Program Pascasarjana ISI Yogyakarta.
 3. Bapak Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn sebagai dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan serta arahan selama penulisan tesis.
 4. Bapak Kurniawan Adi Saputro, Ph.D. sebagai dosen penguji dan dari beliau banyak informasi terkait topik perubahan iklim penulis pelajari.
 5. Harun Rosyid, Bayu Setyawan, Aan dkk. sebagai rekan diskusi.
 6. Rekan mahasiswa penciptaan dan pengkajian DKV 2018, serta angkatan 2015 sampai angkatan 2021 PPS ISI Yogyakarta.
 7. Responden kuesioner.
- Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat kepada akademis dan masyarakat.

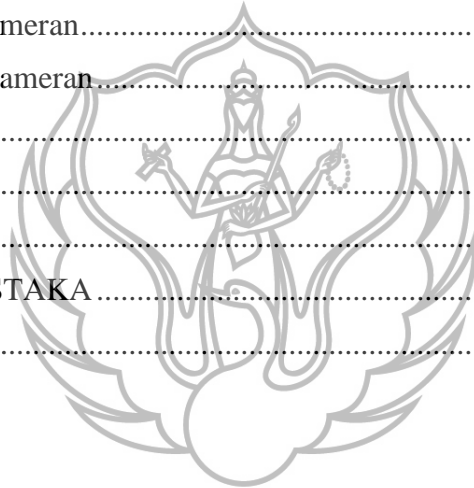
Yogyakarta, 15 Juni 2022

Wisnu Wijaya

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah.....	6
Tujuan Perancangan.....	6
Manfaat Perancangan.....	7
Manfaat Teoretis.....	7
Manfaat Praktis.....	7
II. KONSEP PERANCANGAN.....	8
Referensi Perancangan.....	8
Landasan Teori Perancangan	12
Gaya Hidup menurut Alfred Adler.....	13
Aspek Kognitif, Afektif dan Konatif.....	13
Model Komunikasi S-R.....	14
Teori Infografik menurut Edward R. Tufte	15
Prinsip Memvisualkan Data menurut Cole Knaflic	15
Teori Motion Graphic menurut Austin Shaw	18
Prinsip Desain menurut Frank Jefkins.....	19
Teori Desain dalam Dunia Digital oleh Regine M. Gilbert	20
Konsep Perwujudan	21
Struktur Berpikir	25
III. METODE PERANCANGAN	26
Tahap Memahami (<i>Understand</i>).....	27
<i>Emphatize</i>	27
Define.....	31
Tahap Mengeksplorasi (<i>Explore</i>).....	34
Ideate.....	34
Tahap Mewujudkan - Prototype (Purwarupa)	42
<i>Test</i> (Pengujian)	48
IV. ULASAN KARYA PERANCANGAN.....	50

Logo dan Slogan	50
<i>Artwork</i> Logo	51
Pembahasan Media Utama.....	53
Media Pendukung	75
Sepeda	75
Helm Sepeda.....	76
Gantungan Kunci.....	77
Flashdisk.....	78
<i>Mug/ Cangkir</i>	78
Tumbler/ tempat minuman	78
Starter Kit Box.....	80
Banner latar pameran.....	81
Display Mini Pameran.....	83
V. PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	87
VI. DAFTAR PUSTAKA	88
VII. LAMPIRAN.....	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Temperatur Global.....	1
Gambar 2. Grafik Persentase penolakan isu perubahan iklim	2
Gambar 3. Komposisi Generasi Muda Indonesia tahun 2020.....	4
Gambar 4. Tangkapan Layar Visualisasi Data Pemanasan Global 1880-2021	8
Gambar 5. Motion <i>Climate Spiral 1880 sampai 2021</i>	9
Gambar 6. Tangkapan layar <i>motion infographic</i>	10
Gambar 7. Tangkapan Layar Animasi Google Line Earth Day 2021	11
Gambar 8. Bagan Landasan Teori Perancangan	12
Gambar 9. Komponen Sikap dan Manifestasinya.....	14
Gambar 10. Beberapa Faktor Kebisingan dalam Visualisasi Data	16
Gambar 11. Menentukan jenis analisis data.....	17
Gambar 12. Langkah Menentukan Konteks Informasi	17
Gambar 13. Model S – R (negatif - negatif)	21
Gambar 14. Babak Penyampaian Cerita dan Penetapan Konsep Perwujudan.....	22
Gambar 15. Aspek rasio untuk IG <i>video post</i> dan IG <i>story</i>	24
Gambar 16. Aspek rasio untuk IGTV	24
Gambar 17. Alur struktur berpikir	25
Gambar 18. Model <i>Design Thinking</i> David Kelley- <i>Tim Brown</i>	26
Gambar 19. Bagan Responden Kuesioner Tahap Kedua	30
Gambar 20. Grafik perhatian responden terhadap perubahan iklim	31
Gambar 21. Babak Konsep Perwujudan	32
Gambar 22. <i>Storyboard Scene</i> 01 dan 02.....	42
Gambar 23. <i>Storyboard Scene</i> 03.....	43
Gambar 24. <i>Storyboard Scene</i> 04.....	44
Gambar 25. <i>Storyboard Scene</i> 05.....	45
Gambar 26. <i>Storyboard Scene</i> 06.....	46
Gambar 27. <i>Storyboard Scene</i> 07.....	47
Gambar 28. Skema Pengambilan Sampel Spesifik sesuai Tujuan Penelitian	48
Gambar 29. Bagan variabel sikap pada target audiens	49
Gambar 30. Indikator gaya hidup.....	49
Gambar 31. Logo 'bumi kita'.....	51
Gambar 32. Grid Logo 'bumi kita'	51
Gambar 33. Perbandingan logo positif dan negatif.....	52
Gambar 34. Skala logo 'bumi kita'	52
Gambar 35. Penerapan elemen visual pada sepeda.....	75
Gambar 36. Penerapan elemen slogan pada helm sepeda.....	76
Gambar 37. Gantungan Kunci.....	77
Gambar 38. USB <i>Flashdisk</i>	77
Gambar 39. Cangkir	79
Gambar 40. Tumbler/ tempat minuman	79
Gambar 41. Kotak Perlengkapan & jam dinding	80

Gambar 42. Pembatas Buku	81
Gambar 43. Banner versi landai	81
Gambar 44. Banner versi tegak	82
Gambar 45. Pameran Skala Kecil	83
Gambar 46. Pameran Skala Kecil	84

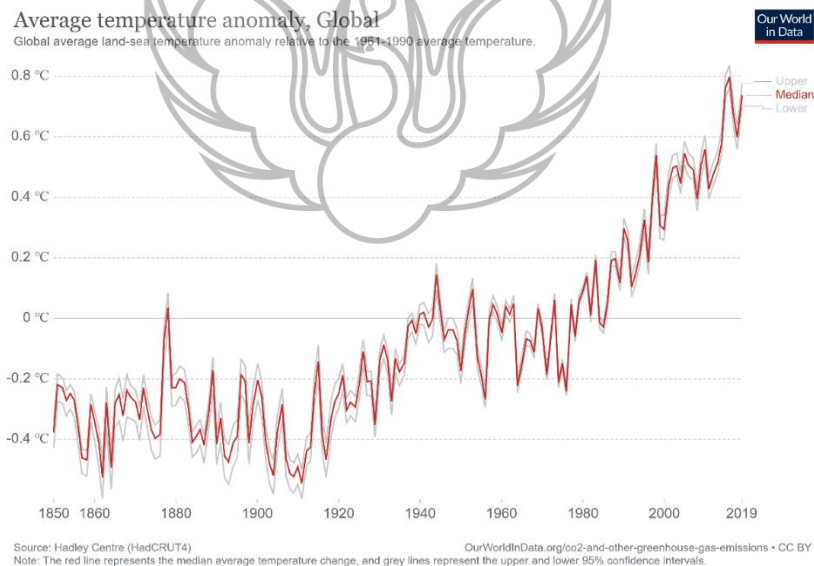
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konsep <i>Scene</i> 01	36
Tabel 2. Konsep <i>Scene</i> 02	37
Tabel 3. Konsep <i>Scene</i> 03	38
Tabel 4. Konsep <i>Scene</i> 04	39
Tabel 5. Konsep <i>Scene</i> 05	40
Tabel 6. Konsep <i>Scene</i> 06	41
Tabel 7. Konsep <i>Scene</i> 07	41
Tabel 8. Pembahasan scene 01	54
Tabel 9. Pembahasan scene 02	55
Tabel 10. Pembahasan scene 03	57
Tabel 11. Pembahasan scene 04	59
Tabel 12. Pembahasan <i>scene</i> 05	62
Tabel 13. Pembahasan <i>scene</i> 06	65
Tabel 14. Pembahasan scene 07	68
Tabel 15. Pilihan Pernyataan 01.01 & 02	69
Tabel 16. Pilihan Pernyataan 01.03	70
Tabel 17. Pilihan Pernyataan 02.01	70
Tabel 18. Pilihan Pernyataan 03.02 & 03	70
Tabel 19. Pilihan Pernyataan 03.04	71
Tabel 20. Pilihan Pernyataan 04.02	71
Tabel 21. Pilihan Pernyataan 04.03	71
Tabel 22. Pilihan Pernyataan 05.02	71
Tabel 23. Pilihan Pernyataan 05.03	72
Tabel 24. Pilihan Pernyataan 05.04	72
Tabel 25. Pilihan Pernyataan 05.05	72
Tabel 26. Pilihan Pernyataan 06.01	72
Tabel 27. Pilihan Pernyataan 06.02	73
Tabel 28. Pilihan Pernyataan 06.03	73
Tabel 29. Pilihan Pernyataan 06.04	73
Tabel 30. Pilihan Pernyataan 07.01	73
Tabel 31. Pilihan Pernyataan 07.02	74
Tabel 32. Pilihan Pernyataan 07.03	74
Tabel 33. Pilihan Pernyataan 07.04	74

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perubahan Iklim atau *climate change* adalah perubahan jangka panjang baik secara global maupun regional terhadap iklim, suhu udara dan curah hujan (ditjenppi.menlhk.go.id 2020). Bumi sebenarnya sudah mengalami perubahan iklim berkali-kali, namun perubahan suhu global dan pola cuaca yang ekstrim baru terjadi lima puluh sampai enam puluh tahun terakhir yang disebabkan oleh aktivitas manusia. Melalui grafik di bawah ini kita bisa melihat catatan statistik perubahan temperatur global yang dimulai dari abad ke-18, masa revolusi industri. Dengan semakin banyaknya pabrik-pabrik, revolusi industri memberi pengaruh positif bagi perekonomian global, namun di sisi lain justru berpengaruh negatif terhadap perubahan iklim di bumi dengan semakin tingginya tingkat polusi dan tingkat pencemaran lingkungan.

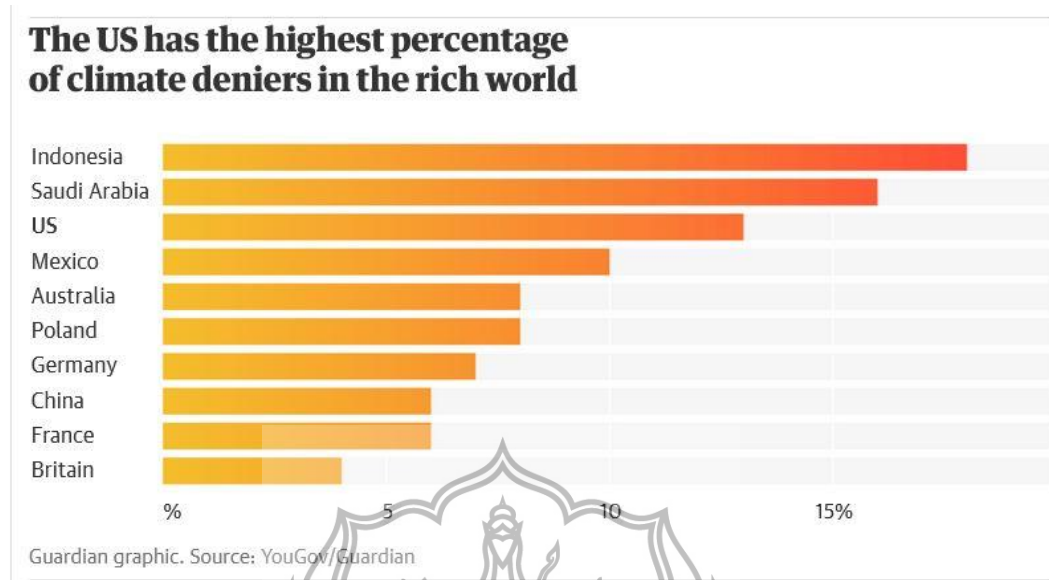


Gambar 1. Grafik Temperatur Global

Sumber: (ourworldindata.org 2019)

Statistik perubahan temperatur global di atas menunjukkan peningkatan temperatur global yang polanya semakin meningkat sejak tahun 1980, artinya jika hal tersebut tidak diatasi maka akan menjadi ancaman bagi manusia. Sebagian besar orang menyadari hal tersebut dan kembali menggaungkan narasi soal perubahan

iklim. Namun, di sisi lain terdapat kelompok konservatif yang menolak isu perubahan iklim baik di tingkat regional maupun internasional.



Gambar 2. Grafik Persentase penolakan isu perubahan iklim (Sumber: theguardian.com, 2019)

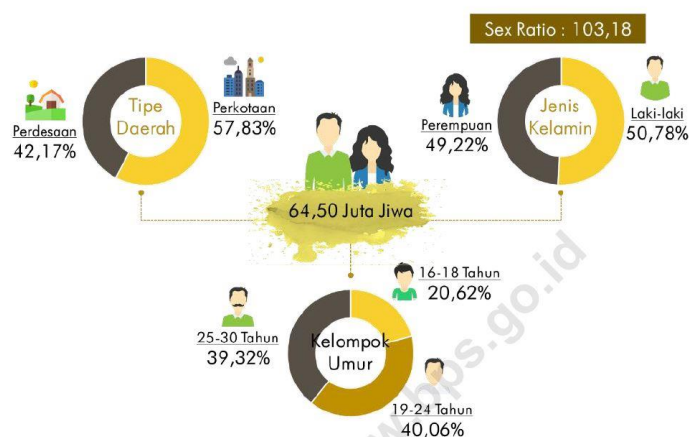
Survei penolakan isu perubahan iklim telah dilakukan oleh YouGov-Cambridge Globalism Project melalui lebih dari 25 ribu orang dari 23 negara di seluruh Eropa, Amerika, Afrika dan Asia pada bulan Februari dan Maret 2019. Hasil survei menyebutkan bahwa penduduk yang meragukan pola perubahan iklim dipengaruhi oleh manusia berasal dari Indonesia (18 persen), Saudi Arabia (16 persen) dan Amerika Serikat (13 persen). Hal tersebut menunjukkan bahwa membicarakan isu perubahan iklim menjadi tantangan tersendiri karena secara inderawi orang tidak dapat merasakan peningkatan temperatur dalam waktu singkat. Selain itu, proses perubahan iklim ekstrim tidak dibatasi sampai kurun waktu tertentu seperti halnya waktu siaga bencana gunung berapi, banjir, atau tanah longsor. Gejala perubahan iklim pun berbeda-beda di setiap tempat di dunia, sehingga cara berkomunikasi pada masyarakat setempat juga harus berbeda. Sektor keamanan pangan dan sektor perikanan di Indonesia pun turut mendapatkan dampak buruk dari perubahan iklim. Hal tersebut muncul dari rangkaian perubahan pola tanam karena kekeringan dan pengasaman laut karena perubahan arus laut (Supangat, 2013). Oleh karena itu, topik perubahan iklim menjadi penting untuk diangkat dan segera diambil tindakan

karena apabila temperatur global telah mencapai titik kritis atau *tipping point*, maka bisa menjadi masalah besar yang sulit diatasi yang berdampak pada perekonomian global dan kehidupan manusia.

Seruan terkait perubahan iklim telah disampaikan oleh generasi muda seperti Greta Thunberg, seorang aktivis iklim dari Swedia, dalam Komite Ekonomi dan Sosial Eropa di Brussels pada 21 Februari 2019. Greta mengancam konspirasi yang menggambarkan para remaja yang mogok sekolah dalam kampanye iklim dimanipulasi untuk kepentingan luar. Jika Uni Eropa ingin memberikan kontribusi untuk berada dalam anggaran karbon pada batas 2 derajat Celcius, maka diperlukan pengurangan minimal 80 persen pada tahun 2030. Kita membutuhkan cara berpikir yang benar-benar baru yang selama ini cenderung berdasarkan persaingan ekonomi dan kekuasaan. Greta juga menyatakan bahwa masyarakat dunia perlu mulai hidup dalam batas peduli lingkungan, fokus pada kesetaraan dan mundur beberapa langkah demi kelangsungan hidup spesies di bumi (Thunberg, 2019:24). Generasi muda memiliki tanggung jawab besar berpartisipasi dalam menghadapi perubahan iklim. Aksi Greta diawali dengan memutuskan membolos sekolah dan berdemo di depan Parlemen Swedia saat berusia 15 tahun pada tahun 2019. Tuntutannya supaya pemerintah Swedia mengurangi emisi karbon sesuai dengan Persetujuan Paris. Saat ini, Greta telah menjadi ikon global kampanye perubahan iklim (BBC.com, 2019). Pemuda Indonesia yang bergerak dalam gerakan iklim global dan lingkungan hidup antara lain 350 Indonesia, *Climate Rangers*, Koalisi Pemuda Hijau Indonesia (KOPHI), serta forum-forum diskusi terkait upaya gaya hidup ramah lingkungan dalam jejaring media sosial seperti Cerita Iklim, Sustaination, Saya Pilih Bumi, dan sebagainya.

Penyampaian topik perubahan iklim yang ditujukan kepada generasi muda di Indonesia sebenarnya sudah banyak ditemukan di *platform* media sosial seperti Instagram (IG), melalui artikel yang diunggah di *website* serta diskusi yang ditayangkan secara langsung di Youtube, IG, Spotify dan lainnya. Penulis menanyakan “Apa hal yang harus diperhatikan agar topik perubahan iklim dilihat dan ditindak lanjuti oleh lebih banyak audiens?” kepada 69 (enam puluh sembilan) responden dari generasi Y dan Z melalui *Google Form* pada 30 September sampai

dengan 16 Oktober 2020. Responden menyatakan bahwa topik yang diangkat tersebut harus terasa dekat dan berkaitan dengan mereka, informasi harus menarik perhatian dan berisi sebab-akibat serta cara mengantisipasi sesuai kapasitas mereka. Seluruh responden menyetujui pernyataan “Perubahan iklim ekstrim bukan hoaks dan terjadi karena perbuatan manusia”. Namun, 42 persen responden menyatakan belum banyak berkontribusi dalam menghadapi perubahan iklim. Melalui hasil kuesioner tentang infografik pengenalan perubahan iklim, target audiens telah mengetahui isu perubahan iklim secara umum (misalnya pemanasan GRK, mencairnya gunung es di kutub utara). Generasi Z dan Y (milenial) menjadi target audiens perancangan ini dengan didukung beberapa faktor. Pertama, mereka memiliki karakter mudah berinteraksi melalui media sosial, cenderung terbuka untuk mengakses banyak informasi karena terbiasa memegang *gadget* sejak kecil. Di sisi lain, mereka menyukai hal yang instan dan cenderung memiliki emosi labil, sehingga mereka dengan suka rela akan menyebarkan suatu pesan secara masif terutama yang mengandung aspek emosional. Faktor kedua, jumlah pemuda Indonesia menurut hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2020 berkisar 64,50 juta jiwa atau seperempat dari keseluruhan penduduk di Indonesia dengan komposisi pemuda yang tinggal di perkotaan (57,83 persen) lebih besar dibandingkan pemuda yang tinggal di pedesaan (42,17 persen).



Gambar 3. Komposisi Generasi Muda Indonesia tahun 2020
 Sumber: (Badan Pusat Statistik 2020)

Peranan pemuda dalam menghadapi perubahan iklim sebenarnya ada dalam banyak ranah, antara lain mengembangkan inovasi teknologi ramah lingkungan, mensosialisasikan kepada masyarakat terkait upaya menjaga kelestarian alam, sebagai *agent of control* dengan memberi masukan, kritik dan saran kepada pemerintah terkait upaya mengendalikan perubahan iklim. Dari beberapa peranan tersebut, penulis mengambil fokus faktor penyebab tertinggi perubahan iklim dari emisi sektor transportasi dan emisi dari *fast fashion*, diakhiri dengan visualisasi dampak kekacauan untuk meraih afeksi penonton. Sir Nicholas Stern, seorang pakar ekonomi lingkungan dari Inggris, mengingatkan apabila gaya hidup manusia yang berhubungan dengan alam dan lingkungan masih seperti saat ini, maka bencana pemanasan global akan terjadi pada tahun 2050 (Mangunjaya, 2008:74). Kecenderungan ingin memperoleh hidup nyaman tanpa menghiraukan jejak karbon berpengaruh terhadap lingkungan. Maka, pengukuran jejak karbon juga penting diketahui agar kita bisa mengendalikan gaya hidup dan konsumsi terhadap barang dan jasa yang ditimbulkan oleh aktivitas kita sendiri.

Penulis menggunakan data verbal dan visual yang diperkuat dengan prinsip-prinsip dalam desain komunikasi visual. Penulis mengadaptasi model komunikasi S-R atau Stimulus Respon untuk mempengaruhi agar merasakan kekhawatiran terhadap perubahan iklim sebagai salah satu motif berupaya menghadapi perubahan iklim. Penyusunan konten dengan bantuan strategi tersebut kemudian dikemas dalam media *motion infographic*, sebuah istilah yang muncul dari perpaduan kata *motion design*, *information*, dan *graphic*. Elemen infografik memiliki peluang keberhasilan dalam mengkomunikasikan ide yang kompleks dengan mempertimbangkan kejelasan, ketepatan dan efisiensi. Oleh karena itu penulis berpegang pada prinsip-prinsip dari Edward Tufte (2001) dalam memvisualkan data. Sedangkan elemen *motion design* harus menyesuaikan media penempatan baru yang cukup berbeda dengan tren dekade sebelumnya. Penulis mempertimbangkan teori dan kaidah dari Austin Shaw (2020) dalam membuat *motion design* untuk *platform* media sosial yang harus dimulai dengan desain yang baik.

Perancangan ini menjadi bentuk penyampaian informasi yang melibatkan aspek kognitif dan afektif dalam media *motion infographic*. Media tersebut merupakan perpaduan kata *motion design*, *information*, dan *graphic*. Maka, perpaduan media tersebut membutuhkan aturan dan strategi sesuai unsur media di dalamnya, seperti prinsip infografik dari Tufte, teori dan kaidah *motion design* dari Austin Shaw dan desain grafis itu sendiri. Kunci utama perancangan ini adalah menyampaikan narasi isu perubahan iklim melalui sudut pandang yang dekat dengan generasi muda (*related to audiens*) dengan perantara yang sering mereka gunakan, yaitu media sosial. Pesan yang diolah tersebut diharapkan dapat dipahami secara rasional dengan dicantumkannya infografik untuk menumbuhkan kesadaran kognitif menggunakan strategi penyampaian gagasan dari Chip Heath serta Dan Heath. Tahap selanjutnya adalah meningkatkan aspek afektif, kesadaran yang berhubungan dengan reaksi emosional, melalui penyajian cerita (*storytelling*) yang melekat di benak target audiens. Perancangan ini diharapkan mampu menarik lebih banyak perhatian target audiens untuk sadar dan terlibat dalam menghadapi perubahan iklim. Selain itu, metode-metode yang digunakan dapat menjadi pendekatan baru dalam penyampaian isu perubahan iklim bahkan kepada orang yang sebelumnya belum menyadari penyebab dan skenario terburuk dari isu perubahan iklim ekstrim tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan:
Bagaimana merancang *motion infographic* berisi informasi tentang perubahan iklim yang mampu menyentuh aspek kognitif dan afektif generasi muda?

Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan perancangan ini adalah:

- a. Menyampaikan informasi grafis tentang perubahan iklim yang mudah dipahami generasi muda untuk meningkatkan aspek kognitif.
- b. Menyampaikan isu penyebab perubahan iklim yang berhubungan dalam kehidupan sehari-hari generasi muda untuk menyentuh aspek afektif.

- c. Mendorong munculnya kebiasaan dan gaya hidup generasi muda yang rendah karbon (salah satu upaya menghadapi perubahan iklim)

Manfaat Perancangan

Manfaat Teoretis

- a. Memberikan pemikiran dan pengembangan beberapa strategi komunikasi menjadi metode yang tepat digunakan untuk target audiens tertentu, dalam kasus ini adalah Generasi Z dan Y.
- b. Memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan komunikasi visual penyampain isu perubahan iklim bagi generasi muda.

Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat, perancangan ini diharapkan dapat memberikan informasi dan tindakan apa saja yang bisa dilakukan secara individu dan kolektif dalam menghadapi perubahan iklim
- b. Bagi akademis, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi pengembangan strategi dalam perancangan desain komunikasi visual yang berhubungan dengan isu lingkungan dan perubahan iklim.
- c. Bagi pemerintah, diharapkan semakin terbuka dalam menanggapi isu perubahan iklim dan bertindak secepatnya pada masalah sumber energi dan penggunaan lahan.