

**KONSTRUKSI VISUAL *MOTION GRAPHIC*  
*GOOD NEWS FROM INDONESIA*  
(ANALISIS WACANA KRITIS MODEL  
NORMAN FAIRCLOUGH)**



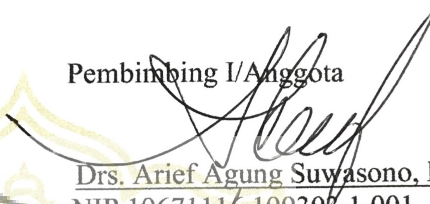
**REGINA SEMBIRING  
1412316024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2018/2019**

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

**KONSTRUKSI VISUAL DALAM *MOTION GRAPHIC GOOD NEWS FROM INDONESIA* (ANALISIS WACANA KRITIS MODEL NORMAN FAIRCLOUGH)**, diajukan oleh Regina Sembiring, NIM 1412316024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 15 Januari 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.


Pembimbing I/Anggota

  
Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn.  
NIP. 19671116 199305 1 001


Pembimbing II/Anggota

  
Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.  
NIP. 19870103 201504 1 002


Cognate/Anggota

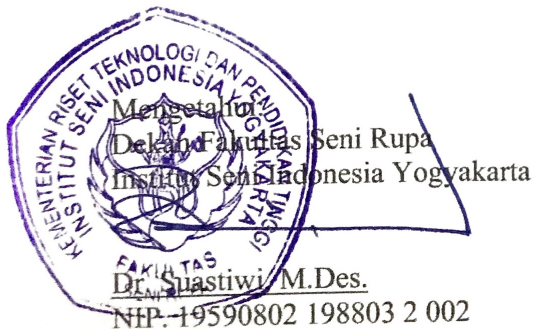
  
Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.  
NIP. 19821113 201404 1 001

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

  
Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.  
NIP. 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

  
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.  
NIP. 19770315 200212 1 005



*“Four things you can’t recover in life;*

*a word, after it is said,*

*an opportunity, after it is missed,*

*time, after it is gone,*

*trust, after it is lost.”*

-Buddha



## PERSEMBAHAN



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Regina Sembiring

Tempat, tanggal lahir : Denpasar, 4 April 1996

Nomor Induk Mahasiswa : 1412316024

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul “Konstruksi Visual Dalam *Motion Graphic Good News From Indonesia* (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough)” ini asli karya saya sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan benar dan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 7 Februari 2019

Regina Sembiring

**LEMBAR PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Yang bertandatangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta :

Nama : Regina Sembiring

Nomor Mahasiswa : 1412316024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir pengkajian yang berjudul **KONSTRUKSI VISUAL DALAM *MOTION GRAPHIC GOOD NEWS FROM INDONESIA* (ANALISIS WACANA KRITIS) MODEL NORMAN FAIRCLOUGH**.

Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 7 Februari 2019

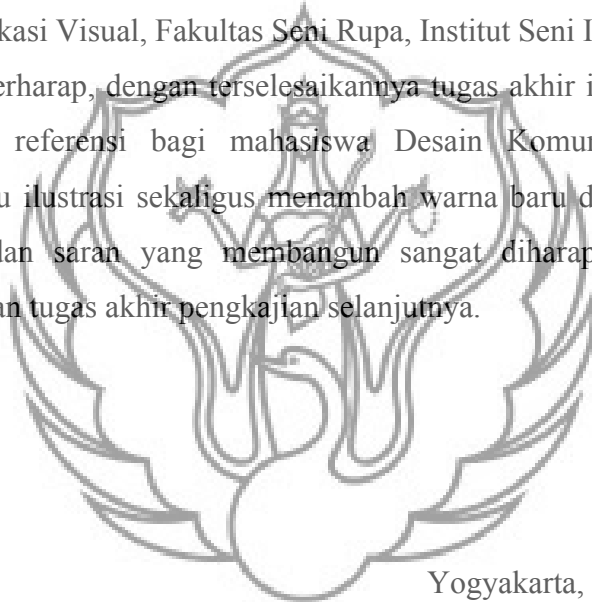
Regina Sembiring

NIM 1412316024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Pengkajian dengan judul '**KONSTRUKSI VISUAL DALAM *MOTION GRAPHIC GOOD NEWS FROM INDONESIA (ANALISIS WACANA KRITIS MODEL NORMAN FAIRCLOUGH)***' ini dengan baik. Tugas Akhir Pengkajian ini guna memenuhi syarat menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S1) program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis berharap, dengan terselesaikannya tugas akhir ini, rancangan penulis dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merancang buku ilustrasi sekaligus menambah warna baru dalam khazanah dunia DKV. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan penulisan laporan tugas akhir pengkajian selanjutnya.



Yogyakarta, 7 Februari 2019

Regina Sembiring

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mendapat banyak bantuan dari semua pihak atas doa, masukan dan dukungan dalam penyelesaian tugas akhir ini, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan YME atas segala rahmat dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M. Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing I, atas segala saran dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Daru Tunggal Aji, S.S., M.A. selaku Dosen Pembimbing II, atas segala saran dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Kepada Enyak dan Abang, yang memberi dukungan selama pembuatan tugas akhir ini.
9. Kepada Christa 'Putata' Olivia Geraldine selaku teman skripsi edisi tengah malam jalur Yogyakarta-Karawaci, *proof reader*, editor, dan kepala tim sukses *move on*.
10. *Vielen Dank an Manuel Jacob & Andreas Vierheller für die Gelegenheit und jeden schönen Menschen, den ich in Berlin getroffen habe.*
11. Kepada Ma'am Wid yang membantu saya sejak hari pertama menepuh studi di desain komunikasi visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Ily ma'am.
12. Kepada Rio Rista 'Sl\*t' Aditya, Irna 'F\*ck Boy Carlos' Audina, Lifyatin



‘Drake Nia’ Ainiyah, Eléonore ‘Frenchie Cabbagepatch’ Aloyol, a.k.a *Saturday*, sebagai tim sukses *move on*, teman makan siang, pusat *meme rotation*, *spilling ‘Tea’* terhangat seputar manusia kampus, tempat *roasting*, *throwing shades*, *carpool karaoke*, *rapping*, *mood lifter & destroyer* sekaligus, curcol segala macam topik, pelatihan debat, timses engsoc dan buddies.

13. Kepada Teman-teman seperjuangan Pembuatan Tugas akhir, Azel, Marissa, Mbak Wulan, yang selalu sehati sepenanggungan dalam mengerjakan tugas akhir ini.
14. Kepada Riskhi ‘Kiki’ Bestari dan Oma Dias, selaku tempat curhat skripsi dan partner pencari wifi gratis.
15. Kepada Troye Sivan, Lauren Jauregui, Beyoncé, Post Malone, Nicki Minaj, Rihanna, King Princess, Bülow, BLACKPINK, The Read, Schnapsidee, dan Spiderman: Into the Spider-Verse sebagai penyemangat dan katalis konsentrasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.
16. Kepada Ruang Tengah dan Kopitu sebagai *supplier* wifi *affordable* nomor satu dan *coworking space* yang kondusif bagi pengerjaan tugas akhir ini.
17. Kepada Bu Sulis dan Mbak Pinkan sebagai *supplier* asupan gizi yang *affordable* dalam pengerjaan penelitian ini.
18. *To all my haters, uncultured swines, sorry-ass b\*tches. Watch me THRIVE.*
19. Seluruh pihak yang telah membantu proses dari awal hingga tuntas pengerjaan.

Yogyakarta, 7 Februari 2019

Regina Sembiring

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana konstruksi visual *motion graphics* karya media berita Indonesia, *Good News From Indonesia* (GNFI) yang berjudul “10 Startup Masa Depan Indonesia” dan “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia”. Keduanya dikaji menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

Analisis wacana kritis menggunakan tiga dimensi. Pada dimensi teks, ditemukan konten yang disampaikan tidak difiltrasi sehingga terjadi *overloading* informasi sehingga sebagian konten tidak bisa tersampaikan kepada penerima secara penuh, dikarenakan fokus utama pembuatan merupakan publisitas, dan promosi.

Pada praktik kewacanaan terdapat unsur publisitas dan promosi terhadap unsur-unsur keindonesiaan sebagai respon GNFI terhadap Bhinneka Tunggal Ika. *Motion graphic* dipilih sebagai media guna menjangkau demografis yang lebih luas yang didukung dengan mengunggah video tersebut pada media siber Youtube yang bisa diakses siapa saja melalui internet.

Praktik sosio-budaya difokuskan terhadap unsur-unsur sosial yang dekat hubungannya dengan kehidupan masyarakat Indonesia, yakni kecantikan dan kesuksesan. Produk *motion graphic* tersebut merupakan sebuah respon terhadap kebudayaan dan legitimasi kebhinekaan di Indonesia.

Keyword: *motion graphic*, konstruksi visual, analisis wacana kritis.



## **ABSTRACT**

*This study discusses how the construction of visual motion graphics by Indonesian news media, Good News From Indonesia (GNFI) titled "10 Startups Masa Depan Indonesia" and "Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia". Both were assessed using Norman Fairclough's critical discourse analysis with qualitative approaches and descriptive methods.*

*Critical discourse analysis uses 3 dimensions to examine the objects. In the text dimension, the content delivered aren't filtered thus information overloads occurred so that some content cannot be delivered to the recipient in full, because the main focus of creation is publicity, and promotion.*

*In the practical discourse there is an element of publicity and promotion on the elements of Indonesianism as a response to GNFI on Unity in Diversity. Motion graphic was chosen to reach a broader demographic supported by uploading the video on Youtube so its accessible by anyone via the internet.*

*Socio-cultural practices are focused on social elements that are closely related to the lives of Indonesian people, such as beauty and success. The motion graphic products are a response to Indonesian culture and the legitimacy of diversity in Indonesia.*

*Keyword: motion graphic, visual construction, critical discourse analysis.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN DEDIKASI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR MOTIVASI .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN KARYA ILMIAH.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ix
ABSTRAK .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR SKEMA .....	xviii
DAFTAR DIAGRAM .....	xix
DAFTAR TABEL .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional .....	6
G. Skematika Perancangan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Kajian Infografis Humor Malesbanget.com (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough).....	9

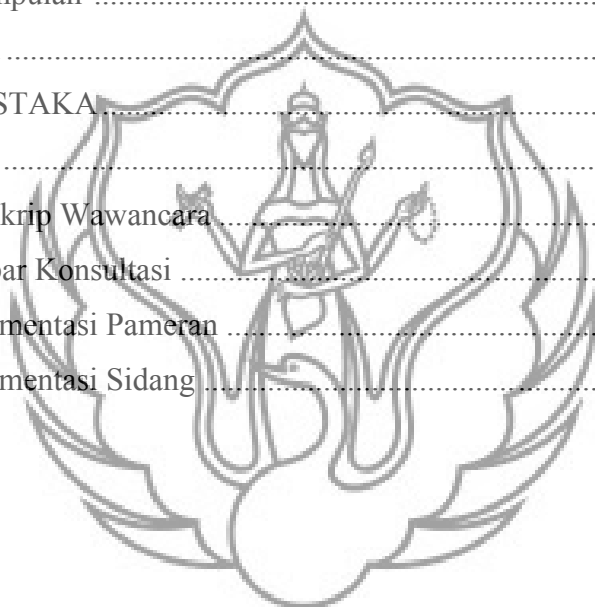
2. Analisis Semiotika Visual Animasi Upin & Ipin Episode “Ikhlas dari Hati” .....	10
3. Kajian Visualisasi Tagar dalam Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough).....	10
4. Kekuatan Unsur Visual dalam Penciptaan Game Visual Novel Sebagai Daya Tarik Utama.....	11
B. Landasan Teori .....	11
1. Analisis Wacana Kritis .....	12
a. Teks .....	14
b. Praktik Wacana .....	14
c. Praksis Sosio-Budaya.....	14
2. Kapitalisme .....	15
3. Media Siber.....	16
4. Prinsip Desain.....	18
a. Penjajaran ( <i>Alignment</i> ) .....	18
b. Warna.....	18
1) Jumlah Warna.....	19
2) Kombinasi Warna.....	19
3) <i>Saturation</i> .....	19
c. Konsistensi .....	19
d. <i>Form Follows Function</i> .....	20
e. Hukum <i>Prägnanz</i> .....	20
f. <i>Legibility, Readablity, Visibility</i> .....	20
1) <i>Legibility</i> .....	20
a. Ukuran.....	20
b. <i>Typeface</i> .....	21
c. Kontras.....	21
d. <i>Text Blocks</i> .....	21
e. <i>Spacing</i> .....	21
2) <i>Readability</i> .....	22
3) <i>Visibility</i> .....	22
g. <i>Signal-to-Noise Ratio</i> .....	23

5. <i>Logotype</i> .....	23
6. <i>Bercerita (Storytelling)</i> .....	25
a. <i>Struktur</i> .....	26
7. <i>Gaya Desain</i> .....	27
a. <i>Flat Design</i> .....	27
1) <i>Flat 2.0</i> .....	28
2) <i>Material Design</i> .....	28
8. <i>Sensitivitas Mata Terhadap Warna</i> .....	28

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN** ..... 30

A. <i>Metode dan Desain Penelitian</i> .....	30
B. <i>Objek Penelitian</i> .....	31
C. <i>Populasi dan Sampel</i> .....	32
1. <i>Populasi</i> .....	32
2. <i>Teknik Sampling</i> .....	36
a. <i>Popularitas</i> .....	37
b. <i>Ketersediaan Narasi Audio</i> .....	37
3. <i>Sampel</i> .....	37
D. <i>Metode Pengumpulan Data</i> .....	38
1. <i>Observasi</i> .....	38
2. <i>Dokumentasi</i> .....	38
E. <i>Metode Analisis</i> .....	39
1. <i>Pemilihan Masalah Penelitian</i> .....	39
2. <i>Rumusan Pertanyaan Penelitian</i> .....	39
a. <i>Objek Materi</i> .....	39
b. <i>Permasalahan yang Diangkat</i> .....	40
3. <i>Pilihan Materi</i> .....	40
4. <i>Transkripsi</i> .....	40
5. <i>Analisis Data</i> .....	40
a. <i>Memfokuskan dan Mengidentifikasi Ketidakberesan Sosial</i> .....	41
b. <i>Identifikasi Hambatan Penyebab Ketidakberesan Sosial</i> .....	41
c. <i>Pertimbangan Akan Tatanan Sosial</i> .....	41
d. <i>Identifikasi Cara Untuk Mengatasi Penghambat</i> .....	41

6. Hasil Penelitian .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>43</b>
A. Dimensi Teks.....	43
1. Representasi .....	43
2. Identitas .....	51
3. Relasi .....	70
B. Praktik Wacana .....	70
C. Praktik Sosio-Budaya .....	78
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
A. Kesimpulan .....	86
B. Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN .....	94
Transkrip Wawancara .....	94
Lembar Konsultasi .....	102
Dokumentasi Pameran .....	104
Dokumentasi Sidang .....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penjelasan Program Inkubator dan Akselerator 2016 .....	44
Gambar 2. Penjelasan Program Inkubator dan Akselerator 2016.....	45
Gambar 3. Penjelasan Standar Kecantikan Suku Dayak dari Kalimantan.....	46
Gambar 4. Penjelasan Standar Kecantikan Suku Mentawai dari Sumatera Barat.....	47
Gambar 5. Penjelasan Standar Kecantikan Suku Karo dari Sumatera Utara.....	48
Gambar 6. Penjelasan Standar Kecantikan Suku Belu dari Pulau Timor .....	49
Gambar 7. Penjelasan Standar Kecantikan Suku Sentani dari Papua .....	50
Gambar 8. Adegan yang Menjelaskan Narasi Audio Tentang Keberagaman ....	69
Gambar 9. <i>Screenshot</i> Kotak Deskripsi dari Halaman Youtube .....	71
Gambar 10. <i>Screenshot</i> komentar dari video “10 Startup Masa Depan Indonesia” .....	73
Gambar 11. Isi Kotak Deskripsi Pada Laman Youtube dari Video Animasi <i>Motion Graphic</i> “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” .....	74
Gambar 12. Komentar Pada Laman Youtube dari Video Animasi <i>Motion Graphic</i> “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia”.....	77
Gambar 13. Komentar Pada Laman Youtube dari Video Animasi <i>Motion Graphic</i> “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” .....	78
Gambar 14. <i>Screenshot</i> Komentar Terhadap Video Animasi <i>Motion Graphic</i> “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia”.....	81
Gambar 15. <i>Screenshot</i> Komentar Terhadap Video Animasi <i>Motion Graphic</i> “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” .....	82



## DAFTAR SKEMA

Skema 1. Skematika Penelitian Tugas Akhir .....	8
---	---



## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Model Tiga Dimensi AWK .....	15
Diagram 2. Sensitivitas Mata Manusia Terhadap Warna .....	29



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sensitivitas Sel Kerucut Terhadap Panjang Gelombang .....	29
Tabel 2. Daftar <i>Playlist</i> GNFI <i>Mograph</i> .....	36
Tabel 3. Identitas Berupa Logo yang Ditemukan Dalam Animasi <i>Motion Graphic</i> “10 Startup Masa Depan Indonesia” .....	55
Tabel 4. Identitas Adegan Logo Startup .....	68



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Motion graphic* merupakan kumpulan fragmen dari sebuah rekaman atau animasi yang menghasilkan ilusi sebuah pergerakan atau rotasi. *Motion graphic* ditampilkan dalam dua bentuk, yakni secara elektronik menggunakan media penunjang seperti televisi atau komputer dan secara manual seperti yang ditemukan pada *flip book*, *praxinoscope*, *thaumatrope*, *zoetrope*, dan *phenakistoscope*. Keduanya dapat dikombinasikan dengan audio untuk pemakaian pada proyek multimedia. *Motion graphic* bisa meningkatkan pengalaman indra para audiens bila dieksekusi dengan baik dan diintegrasikan secara logis (Krasner, 2008:75). *Motion graphic* itu sendiri selain dimengerti sebagai animasi yang menimbulkan ilusi pergerakan atau rotasi, juga dimengerti sebagai sebuah media yang membantu untuk menyampaikan informasi dan juga media pembantu pembelajaran sehingga lebih efektif dan atraktif.

*Motion graphic* kemudian menjadi sebuah medium yang menarik untuk menyampaikan berita atau informasi dan juga iklan namun tidak terbatas pada itu saja, karena bentuknya yang didominasi visual dan didukung audio sehingga keperluan untuk memahami secara tekstual yang memakan waktu bisa dihindari namun tetap mendapatkan informasi yang diperlukan. Hal itu dapat dilihat pada munculnya berbagai animasi *motion graphic* pada konten promosi *Asian Games 2018* lalu pada YouTube dan munculnya berbagai *corporate company profile* dalam bentuk *motion graphic*. Selain itu *motion graphic* di Indonesia juga digunakan sebagai media penyampaian informatif-educatif dan hiburan seperti yang dapat dilihat pada hasil karya *Good News From Indonesia* (GNFI) yang menyajikan konten berita-berita baik yang asalnya dari Indonesia. GNFI menggunakan YouTube sebagai *platform* untuk menyampaikan kontennya dan per tanggal 10 September 2018 telah memiliki 263 video dan 51 di antaranya merupakan video animasi *motion graphic*. Dalam *playlist* GNFI Mograph berisi tentang video penjelasan (*explainer*

*video*) yang kontennya berkisar pada tema kebudayaan dan fakta-fakta tentang Indonesia "10 Startup Masa Depan Indonesia" dan juga "Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia" yang akan menjadi objek kajian dalam karya ilmiah ini. Pada playlist tersebut terdapat 2 macam stratifikasi menurut teknik penyajiannya, yakni animasi dengan *full motion graphic* dan animasi *motion graphic* dengan narasi audio.

Episode "10 Startup Masa Depan Indonesia" dipublikasikan pada 24 November 2016 dan per tanggal 30 November 2018 memiliki 50.674 views. Dalam episode itu disampaikan 10 start up yang memenangkan program Indigo Incubator Batch II 2016 dimana program tersebut merupakan program yang mensponsori keberlangsungan dari para startup tersebut oleh Telkom Indonesia. Program tersebut dibuat oleh Telkom Indonesia sebagai bentuk perwujudan nyata dalam mendorong pertumbuhan industri digital. *Motion graphic* dipilih sebagai media untuk menyampaikan informasi tentang para startup terpilih karena merepresentasikan kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi, dan representasi dari pertumbuhan industri digital di Indonesia. Akan tetapi dalam video ini pengerjaan *motion graphic*nya kurang memperhatikan prinsip desain maupun komunikasi secara visual.

Pada episode "Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia" yang dipublikasikan pada 26 Agustus 2016, per tanggal 30 November 2018 memiliki 9.311 views. Dalam episode ini dijelaskan mengenai beragam suku di Indonesia yang memiliki pemahaman-pemahaman berbeda akan kecantikan yang didasari pada tradisi nenek moyang yang diwariskan secara turun menurun. Pada episode ini menggunakan animasi *motion graphic* dengan narasi audio. *Motion graphic* dipilih untuk mempermudah penyampaian informasi konten kecantikan dengan lebih mudah karena dapat langsung menampilkannya secara visual. Visualisasi kecantikan tersebut kurang representatif, sehingga perlu menampilkan sebuah gambar portrait fotografi dari suku yang sedang dibicarakan.

*Playlist* tersebut merupakan sebuah cara bagi GNFI untuk mengklasifikasikan video-video mereka dalam kanal Youtube mereka sebagai sebuah *directional wayfindings* yang memudahkan pemirsa untuk

menemukan konten spesifik yang ingin dilihat. Pengklasifikasian *playlist* dalam kanal Youtube tersebut berdasarkan konten yang disampaikan dan cara penyampaiannya. Terdapat unsur *advertising* dan *sponsorship* dalam beberapa *playlist* tersebut karena terdapat beberapa video yang memberitakan keberhasilan yang dicapai oleh Telkom Indonesia untuk Indonesia dalam bentuk seperti *support Asian Games*, dukungan infrastruktur dan teknologi, masuknya Telkom Indonesia dalam daftar *Forbes Global 2.000: World's Best Employer 2017*, dsb.

Telkom Indonesia itu sendiri merupakan sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang informasi dan telekomunikasi di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan badan usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. BUMN memiliki peran dalam melaksanakan kebijakan terhadap publik, dimana untuk Telkom Indonesia tanggung jawab sosial perusahaannya (*Corporate Social Responsibility*) difokuskan untuk mendukung bisnis Perseroan dengan melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan yang melibatkan Telkom Group dan masyarakat dengan berlandaskan pada tiga pilar utama, *planet, people, profit*, tentu saja dalam bidang telekomunikasi dan informasi.

Telkom mengklaim sebagai perusahaan terbesar yang bergerak di bidang ini dengan jumlah pelanggan telepon tetap sejumlah 15 juta pengguna dan jumlah pelanggan telepon seluler sejumlah 104 juta pengguna. Tentunya CSR Telkom Indonesia ditujukan untuk keberlangsungan dan kemudahan bagi para pengguna tersebut dan juga masyarakat Indonesia secara umum. Begitu pula dengan sistem *playlist GNFI*, yang dibuat GNFI dengan memfokuskan pengklasifikasian berbasis konten untuk meningkatkan kemudahan pengguna (*user friendliness*). Penelitian ini secara spesifik akan membahas video yang berada dalam *playlist motion graphic* yang memiliki konten dengan format *motion graphic* saja. Untuk konten yang ditampilkan

berupa fakta-fakta menarik tentang Indonesia serta prestasi-prestasi anak bangsa. Hal ini terlihat dalam beberapa episode, seperti “INILAH !! Makhluk-makhluk Mitologi ala Indonesia”, “9 Anak Bangsa yang Membanggakan Indonesia di Kancah Otomotif”, dan juga yang akan dikaji dalam karya ilmiah ini “10 Startup Masa Depan Indonesia” dan “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia”.

Menyampaikan informasi dengan bentuk visual *storytelling* memerlukan pengertian mendalam tentang komunikasi visual secara efektif. Hal-hal ini belum ditemukan/diterapkan dengan baik dalam video “10 Startup Masa Depan Indonesia” dan “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” tersebut. Selain itu animasi *motion graphic* memiliki unsur-unsur penting seperti yang disampaikan oleh Thomas dan Johnson dalam *The Illusion of Life*, yakni salah satunya adanya gerakan ekspresif yang membuat benda-benda mati seolah-olah hidup. Dalam video “10 Startup Masa Depan Indonesia” dan “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” gerakan-gerakan objek visualnya masih terlihat kaku dan tidak alami sehingga tidak memuaskan secara estetis dan satu-satunya cara agar audiens bisa mengerti video tersebut adalah dengan membaca teks *on screen* dan mungkin juga perlu untuk di *pause* agar dapat bisa mencerna semua tulisan tersebut, dimana hal ini mengurangi kenyamanan pengguna dalam melihat animasi tersebut. Objek visual yang ditampilkan dengan sifatnya yang statis, malah menjadi sebuah *distraction* ketika mereka bergerak dengan *screen time* yang cukup cepat diikuti dengan pemunculan animasi teks yang langsung menarik perhatian mata. Objek visual yang ditampilkan memiliki banyak detail namun disajikan dengan ukuran yang kecil sehingga audiens tidak bisa memperhatikan detail tersebut dan tulisan atau teks secara bersamaan. Pemunculan objek visual yang beruntun seperti ini juga merupakan salah satu aspek mengapa video *motion graphic* tersebut terasa seperti sebuah presentasi. Pasti ada kesulitan untuk mencerna video tersebut dikarenakan semuanya hanya berfokus pada teks dan animasi/ornamen yang ditampilkan tidak mendukung pemaknaan dari informasi yang ingin disampaikan.

Informasi atau gagasan yang ingin disampaikan ini tertuang melalui visualisasi *motion graphic* tersebut dan kemudian dikonsumsi oleh khalayak. Konsumsi tersebut terlihat pada komentar-komentar yang ditemukan pada halaman Youtube video tersebut, yang menunjukkan adanya sebuah ruang sosial yang terbentuk. Visualisasi tersebut kemudian menjadi sebuah wacana menarik karena mengandung makna dan memiliki dampak nyata di luar *cyberspace* yang penafsirannya tergantung pada khalayak itu sendiri. Seberapa akurat interpretasi khalayak terhadap makna sesungguhnya yang ingin disampaikan tergantung pada bagaimana teks itu diproduksi dan kemudian dikonsumsi. Analisis wacana kritis model Norman Fairclough memiliki tiga dimensi yang tepat untuk menjawab hubungan antara konstruksi visual dalam *motion graphic* tersebut dengan wacana sosial kapitalisme. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan kesadaran akan keefektifitasan dalam menyampaikan informasi dan mengaplikasikannya ke dalam konten-konten *motion graphic* kedepannya. Berangkat dari hal tersebut dalam karya ilmiah ini akan mengkaji konstruksi visual dari animasi *motion graphic* GNFI.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, rumusan masalah yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah bagaimana mengetahui konstruksi visual dalam animasi *motion graphic* GNFI melalui teks, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural di media sosial Youtube?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konstruksi visual dalam animasi *motion graphic* GNFI melalui teks, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural di media sosial Youtube.

#### **D. Batasan Masalah**

Fokus penelitian ini dibatasi pada permasalahan teks, praktik kewacanaan (produksi dan konsumsi teks), dan praktik sosial konstruksi



visual yang muncul dalam *playlist* kanal YouTube GNFI *Mograph*, secara spesifik pada episode “10 Startup Masa Depan Indonesia” sebagai sampel dari populasi video yang dibuat penuh dengan unsur grafis, dan “Inilah Ragam Kecantikan dari Berbagai Suku di Indonesia” sebagai sampel dari *motion graphic* dengan narasi audio.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi institusi adalah menambah masukan dan wawasan terhadap perkembangan studi DKV khususnya tentang fungsionalitas dalam sebuah desain dan pengaplikasiannya terkhusus pada animasi *motion graphic*.
2. Bagi mahasiswa adalah menambah pengetahuan dan pemahaman terhadap fungsionalitas dan efektifitas dalam menggunakan desain visual serta menjadi masukan dan wawasan dalam merancang atau mengkaji permasalahan objek DKV dengan menggunakan metode analisis wacana kritis.
3. Bagi masyarakat adalah dapat menerima dan memahami informasi yang benar tanpa ada pembiasan baik secara sengaja maupun tidak sengaja serta menambah pengetahuan dan pemahaman terhadap perkembangan dunia digital.

#### **F. Definisi Operasional**

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Desain Komunikasi Visual**

Secara etimologis, desain yang dalam bahasa latin disebut *designare* yang diartikan sebagai merancang/merencanakan atau dalam bahasa Italia *designo* yang berarti gambar. Kata komunikasi menurut Shannon dan Weaver (dalam Wiryanto, 2004:23) merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja, dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi

juga dalam ekspresi wajah, lukisan, seni, dan teknologi dan lainnya. Visual dalam KBBI dimengerti sebagai sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihat (mata). Desain komunikasi visual bisa dimengerti sebagai rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata (Sanyoto, 2006:8).

## 2. *Motion Graphic*

*Motion graphic* merupakan sebuah cabang animasi yang perbedaannya terletak hanya pada metode pembuatannya. Animasi memiliki dua bentuk berdasarkan metode pembuatannya, yakni manual dan digital. *Motion graphic* termasuk dalam animasi digital. *Motion graphic* itu sendiri selain dimengerti sebagai animasi yang menimbulkan ilusi pergerakan atau rotasi dimana ilusi pergerakan itu didapat dari gambar yang diganti secara terus menerus dengan gambar yang baru yang mirip dengan gambar sebelumnya dengan sedikit perbedaan. Pergantian ini memiliki 24 -30 frame per detiknya dan bila diputar secara keseluruhan akan menghasilkan gambar yang bergerak. Gambar-gambar tersebut yang menghasilkan pergerakan dibuat secara digital. Pada buku *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*, Ian Crook dan Peter Beare mendefinisikan *motion graphic* secara sederhana meliputi gerakan, rotasi, atau penskalaan, gambar, video dan teks dari waktu ke waktu di layar biasanya disertai dengan soundtrack dalam bentuk *voice-over* atau musik (2016: 10).

## 3. Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis ingin menganalisis secara kritis, bagaimana bahasa digunakan dan melihat dinamika kehidupan masyarakat yang tidak transparan penuh dengan penyesatan/manipulasi/rekayasa sehingga harus dianalisis secara kritis. Tujuan dari analisis wacana kritis adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara determinasi dan sebab-akibat antar praktik diskursif, peristiwa-peristiwa dan teks, mengidentifikasi struktur sosial, budaya, relasi, dan proses yang lebih luas, dan juga mencairkan ideologi sehingga bentuk ketidakberesan sosial bisa diungkap dan menjadi lebih transparan serta mengeksplorasi opositas hubungan antara wacana

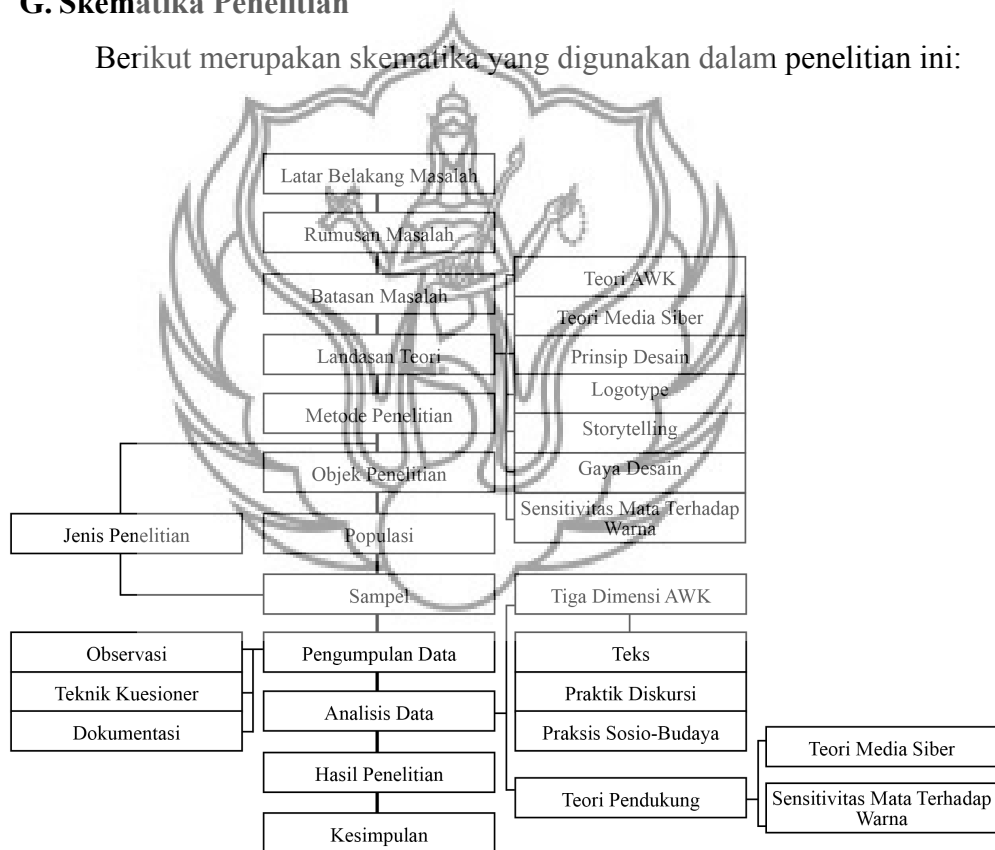
dan masyarakat sebagai sebuah faktor mengamankan kekuasaan dan hegemoni.

#### 4. GNFI

GNFI yang merupakan akronim dari *Good News From Indonesia* merupakan sebuah media berita yang mempublikasikan kontennya dalam media siber Youtube dalam bentuk video dan animasi. Sesuai dengan namanya, konten yang ditampilkan oleh GNFI fokus terhadap berita baik (*good news*) yang asalnya dari Indonesia.

### G. Skematika Penelitian

Berikut merupakan skematika yang digunakan dalam penelitian ini:



Skema 1. Skematika penelitian tugas akhir  
(Sumber: Regina Sembiring, 2018)