

PERANCANGAN VIDEO INFOGRAFIS SEJARAH PERJALANAN MATA UANG DI INDONESIA

Teddy Velintino, Rudi Heri Marwan
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510
teddyvelintino02@gmail.com

Abstract

Money is a very important economic instrument. Almost all economic activities rely heavily on this instrument which, among other things, serves as a means of exchange or a means of paying. Therefore, the presence of money in everyday life is very important, especially to obtain goods, services, and other life needs. Seeing money is an important instrument in today's economy, and the importance of history as a guideline for the assessment and determination of the present state and direction of future processes. It would be better for the public to also know the history of money itself, especially money in Indonesia, which is a tool that is often used in everyday life, but knowledge of the history of money in Indonesia is not very well known and disseminated to all people and plus a lack of interest in reading from the public, and a solution to increase public interest to know the history of money in Indonesia is to design an infographics video of the history of currency travel in Indonesia, which in the content of graphic video content can be an educational media as well as updated information about money in Indonesia. Infographics Video Design History of Currency Travel in Indonesia has many advantages over other graphic videos, namely interactive, more information, wide reach and easily accessible, so as to increase public interest in knowing the money in Indonesia.

Keywords: video, infographics, history

Abstrak

Uang merupakan instrumen perekonomian yang sangat penting. Hampir semua kegiatan ekonomi sangat bergantung pada instrumen ini yang antara lain, berfungsi sebagai alat tukar ataupun alat bayar. Oleh karena itu, kehadiran uang dalam kehidupan sehari-hari sangat penting, terutama untuk memperoleh barang, jasa, serta kebutuhan hidup lainnya. Melihat uang adalah instrumen penting dalam perekonomian saat ini, dan pentingnya ilmu sejarah sebagai pedoman bagi penilaian dan penentuan keadaan sekarang serta arah proses masa depan. Alangkah lebih baiknya masyarakat juga mengetahui sejarah mengenai uang itu sendiri terutama uang yang ada di Indonesia, yang merupakan alat yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, Namun pengetahuan mengenai sejarah uang di Indonesia belum terlalu dikenal dan tersebarluaskan kepada seluruh masyarakat dan ditambah kurangnya minat baca dari masyarakat, dan solusi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk mengetahui sejarah uang di Indonesia adalah merancang sebuah video infografis sejarah perjalanan mata uang di Indonesia, yang dimana dalam isi konten video infografis tersebut dapat menjadi media edukasi sekaligus informasi terupdate mengenai uang di Indonesia. Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia memiliki banyak kelebihan dibanding video infografis lainnya, yaitu interaktif, informasi lebih banyak, jangkauan luas dan mudah diakses, sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat dalam mengenal uang yang ada di Indonesia.

Kata kunci : video, infografis, sejarah

Pendahuluan

Uang merupakan inovasi modern yang menggantikan posisi barter, atau tukar menukar satu barang dengan barang lainnya, dan itu masih berlangsung hingga sekarang. Melihat uang adalah instrumen penting dalam perekonomian saat ini, dan pentingnya ilmu sejarah sebagai pedoman bagi penilaian dan penentuan keadaan sekarang serta arah proses masa depan alangkah lebih baiknya masyarakat juga mengetahui sejarah mengenai uang itu sendiri terutama uang yang ada di Indonesia, sebagai media edukasi dan update informasi terkini tentang alat yang digunakan dalam kehidupan sehari

hari. Dan tentunya sudah ada buku-buku yang membahas mengenai sejarah uang itu sendiri, namun berdasarkan hasil penelitian dari UNESCO minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001%. Artinya, dari 1,000 orang Indonesia, cuma 1 orang yang rajin membaca! Dan tentu itu merupakan angka yang sangat kecil, dan ternyata penyebab rendah minat dan kebiasaan membaca itu karena kurangnya akses, terutama untuk masyarakat Indonesia yang berada di daerah terpencil. Hal itu merupakan salah satu yang terungkap dari Indeks Aktivitas Literasi Membaca (Alibaca) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud).

Dengan melihat berdasarkan data di atas penulis tertarik untuk melakukan sebuah Perancangan Video Infografis Sejarah Uang di Indonesia untuk menjadikan sarana edukasi dan update informasi mengenai sejarah uang di Indonesia dalam bentuk media digital video infografis yang menarik dan edukatif yang tentunya mudah di akses melalui smartphone, laptop, serta media digital lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Bagaimana proses Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia yang menarik dan edukatif?
2. Bagaimana proses editing Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia yang menarik dan edukatif sebagai media utama?
3. Bagaimana strategi dan proses peng-aplikasian Perancangan Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia pada media promosi yang menarik dan edukatif?

Batasan masalah dibuat agar penulis tidak keluar dari permasalahan utama dan fokus dalam perancangan. Batasan masalah pada perancangan ini adalah Perancangan ini hanya dibatasi kepada permasalahan seputar edukasi dan informasi mengenai sejarah perjalanan mata uang yang ada di Indonesia yang dibuat dalam media Interaktif berupa video infografis yang dapat di akses melalui platform youtube dengan konsep desain dan video yang menarik.

1. Untuk menyebarkan informasi mengenai jejak sejarah perjalanan mata uang di Indonesia dengan media video yang mudah diakses dalam lingkup yang luas.
2. Untuk menambah wawasan masyarakat akan uang yang ada pada saat ini agar masyarakat mengetahui sejarah di balik alat yang di gunakannya dalam kehidupan sehari hari, dan juga dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi pembayaran yang ada pada saat ini.
3. Mengetahui proses Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia.

Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan mengirim pesan dari manusia yang satu kepada manusia lain melalui perantara, yaitu melalui alat komunikasi, orang yang mengirim pesan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pesan di sebut komunikan, sementara pesan balasan yang dikirimkan dari komunikan kepada komunikator disebut umpan balik. (dalam buku ayo belajar komunikasi 2018).

Kampanye

Menurut Imawan (dalam Cangara, 2011:223), kampanye diartikan sebagai upaya-upaya persuasive untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya.

Kesimpulannya, yang dimaksudkan dengan kampanye adalah alat untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran, untuk meningkatkan kepedulian dan perubahan perilaku dari masyarakat.

Event

Menurut Kennedy (2009), event adalah pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung.

Menurut Sulaksana (2003), event merupakan suatu peristiwa yang diselenggarakan untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada audiens sasaran.

Video

Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang citra bergerak. Teknologi ini biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga dapat diartikan sebagai gabungan citra – citra mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Citra–citra mati tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gabungan citra disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (frame per second) (Hashlinda et al. 2012).

Infografis

Information Graphic atau disingkat infografis merupakan representasi visual yang diharapkan dapat membangun makna dari konten yang disampaikan. Infographic merupakan data atau pengetahuan yang dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan jelas melalui pesan visualnya (Newsom and Haynes, 2004, p: 236). Infografis berasal dari kata Infographics dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari Information + Graphics adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat.

Sejarah

J. Bank berpendapat bahwa Sejarah merupakan semua kejadian atau peristiwa masa lalu. Sejarah untuk memahami perilaku masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang. Robin Winks berpendapat bahwa Sejarah adalah studi tentang manusia dalam kehidupan masyarakat. Leopold von

Ranke berpendapat bahwa Sejarah adalah peristiwa yang terjadi.

Uang

Definisi uang bisa dibagi dalam dua pengertian, yaitu definisi uang menurut hukum (law) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh undang-undang sebagai uang dan sah untuk alat transaksi perdagangan. Sedangkan definisi uang menurut fungsi, yaitu sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdagangan serta untuk pembayaran hutang-piutang.

Warna

Sir David Brewster (1831), Menjelaskan teori warna, teori ini menyederhanakan warna yang ada di dalam menjadi 4 kelompok warna yaitu primer, sekunder, tersier, dan netral. Warna primer adalah warna yang menjadi pedoman setiap orang untuk menggunakannya, terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah warna yang merupakan percampuran antara warna primer, contohnya yaitu warna ungu adalah campuran dari warna biru dan merah. Warna tersier adalah percampuran antara warna sekunder dengan primer, contohnya percampuran warna ungu dan merah akan menghasilkan warna magenta, sedangkan warna netral merupakan hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

Tipografi

Tipografi atau tata huruf adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Menurut Suriyanto Rustan dalam bukunya yang berjudul "Font dan Tipografi" (2010:109), mengatakan Typeface yaitu melalui pengamatan fisik huruf : bold atau light, tegak atau miring, bentuk stroke, konsisten berdiri pada baseline atau tidak, bentuk serif (bila ada), kontras, x/height dan lain-lain. Kepribadian typeface bersifat konotatif, intuitif, subjektif, dan personal.

Ilustrasi

Ilustrasi dalam bahasa Belanda (*ilustratie*) dapat diartikan sebagai hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas. Rata-rata penggunaan ilustrasi dalam buku dalam bentuk gambar kartun (Nurhadiat, Deli, 2004:54).

Gaya Desain

Secara umum gaya desain atau gaya seni adalah suatu cara ekspresi atau sikap estetik yang khas dan unik pada suatu karya seni yang muncul karena teknik penciptaan, konsep visual atau estetikanya. Gaya desain dapat memberi petunjuk mengenai suatu masa atau periode tertentu, suatu tempat/negara tertentu, atau suatu aliran pemikiran/mashab tertentu.

Flat Design

Awalnya flat design merupakan seni terapan yang berasal dari Swiss atau Swiss Design yang diperkenalkan dan terkenal sekitar tahun 1940-1950an. Seni Desain Swiss ini memfokuskan diri dari beberapa aspek desain yaitu Grid, Typography sans-serif, dan tata letak yang bersih. Desain ini di tampilkan secara sederhana. Seiring perkembangan zaman pada tahun 1980 desain ini mengalami perubahan dan perkembangan sehingga pada tahun ini mulailah muncul Flat Desain. Flat desain mulai tampil pertama kali pada tahun 1980 ini. Sampai pada tahun 2014 mulai berkembang lebih pesat dan lebih terkenal serta banyak digunakan dalam desain desain website, poster, karakter, UI mobile, aplikasi, dan lainnya.

Ciri khas flat design adalah menghilangkan penggunaan bayangan, bevel, tekstur, dan ornamen-ornamen lain yang tidak diperlukan.

Strategi Publikasi

Strategi adalah arah dan cakupan dari apa saja yang ingin diraih perusahaan dalam jangka waktu panjang supaya mendapatkan keuntungan untuk organisasi melalui kompetisi pasar dengan maksimalisasi penggunaan sumber daya untuk memenuhi keinginan pasar dan mencapai ekspektasi stakeholder (Johnson, Scholes dan Whittington, 2008:2).

Publikasi menurut Kamus Istilah Periklanan Indonesia adalah setiap materi yang dicetak, diterbitkan serta diedarkan untuk disampaikan pada khalayak umum dalam format apapun seperti majalah, surat kabar, media elektronik dan lainnya (Nuradi dkk, 1996:136).

Metode Penelitian

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan 2 metode pengumpulan data yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam pengambilan data lapangan, penulis membaginya menjadi 2 data bagian, yaitu:

a. Data Observasi / Survei

Adalah pengumpulan data dengan mengadakan peninjauan langsung,

mengkaji dan menganalisa langsung ke lokasi, yaitu Museum Bank Indonesia dan PERURI



Gambar 1.

Foto Survei di Museum BI dan PERURI

Sumber : Teddy Velintino, 2021

b. Data Wawancara (Interview)

Wawancara adalah salah satu metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dengan pihak yang terkait yang dapat memberikan informasi. Yaitu wawancara kepada narasumber yang mempunyai hubungan langsung dengan sejarah uang di Indonesia.

Berikut nama-nama narasumber yang penulis wawancarai untuk mendapatkan informasi Sejarah uang di Indonesia :

1. Bapak Syefri Luwis Sebagai Sejarawan Museum Bank Indonesia
2. Bapak Zainal Sebagai Sejarawan Museum Bank Indonesia
3. Kak Marry Marsela Sebagai Staff Museum Bank Indonesia



Gambar 2.

Foto Bersama Narasumber di Museum BI

Sumber : Teddy Velintino, 2021

2. Data Sekunder

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan kajian literature yang akan dilakukan dengan 2 media yaitu:

- a. Cetak, Media Keuangan Edisi Khusus Jelajah Sejarah Rupiah oleh Kementrian Keunagan. Sebagai sarana pengumpulan data serta acuan penulis dalam pembuatan media interaktif berbasis video infografis.
- b. Digital, www.iPusnas.id, Buku Digital Menenal Sejarah Uang Oleh Nilla Endah, S.H. adalah media pengumpulan data berbasis digital serta sebagai referensi, atau acuan penulis dalam pembuatan media interaktif berbasis video infografis.

Hasil dan Pembahasan

Tujuan Media

Tujuan dari media kampanye Sejarah Uang di Indonesia ini adalah untuk memberikan wawasan dan edukasi kepada masyarakat agar bisa mengetahui sejarah perjalanan tentang mata uang yang ada di Indonesia dan perkembangannya dari masa ke masa. Selain itu perancangan kampanye non komersil ini bertujuan untuk mengembangkan promosi yang lebih terarah melalui media yang efektif, komunikatif, mudah dipahami, serta mudah diingat dan dirangkum dalam sebuah event.

Strategi Media

Dalam suatu perancangan kampanye komersil ataupun non komersil/sosial juga memiliki strategi pada media yang akan dipublikasi sehingga dapat mensukseskan kampanye non komersil dan pesan yang ingin disampaikan tepat menuju target audience.

Yang bertujuan untuk lebih mendekatkan promosi video infografis sejarah perjalanan mata uang di Indonesia ini dengan masyarakat. Dengan harapan ketertarikan masyarakat serta jumlah kunjungan ke dalam event meningkat.

Strategi Kampanye

1. Ikut serta kedalam event HUT Kota Jakarta ke-494 yang berada di JIEXPO Kemayoran Kota Jakarta Pusat pada tanggal 22 Juni 2021 pukul 10.00 – selesai.
2. Membagikan brosur dan flyer ke pengunjung Museum Bank Indonesia.
3. Menempatkan media luar ruang di berbagai titik keramaian di Jakarta, seperti: X-Banner pada stand eksibision di event HUT Kota Jakarta, Monas, dan Museum Bank Indonesia.
4. Menempatkan Media cetak berupa poster, brosur di halte bus Transjakarta, dan terminal MRT Serta menempatkan poster di lembaga pendidikan seperti Universitas.
5. Menempatkan media luar ruang seperti Billboard di tempat padat lalu lintas di kota Jakarta.
6. Menjalankan Ads di berbagai media sosial seperti Instagram dan Facebook.

Target Media

Hal yang pertama dilakukan desainer dalam proses desain adalah menentukan sasaran atau target audience supaya pesan atau informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Berikut adalah rincian siapa saja yang menjadi sasaran utama dari Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia :

1. Demografis
 - Gender : Pria dan Wanita
 - Usia : 20 – 35 tahun
 - Pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi
 - Status Ekonomi : Semua Kalangan
 - Agama : Semua Agama
2. Geografis

Secara Geografis atau daerah sasaran untuk melakukan promosi Video Grafis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia adalah yaitu Jakarta dan seluruh masyarakat di Indonesia.
3. Psikografis

Secara psikologis, target market Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia adalah masyarakat yang tertarik akan pembelajaran sejarah dan yang belum mengetahui tentang sejarah uang di Indonesia

Konsep Kreatif

Dalam pembuatan konsep kreatif harus memiliki dasar pemikiran yang akan diolah untuk dijadikan bentuk visual. Sebagaimana nantinya akan diubah menjadi beberapa bentuk media promosi. Konsep kreatif akan membawa seluruh desain menjadi satu kesatuan yang unik dan khas.

Konsep kreatif yang penulis buat dituangkan kedalam Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia serta media pendukung lainnya yaitu menggabungkan 2 unsur yaitu uang dan teknologi digital yang dipadupadankan untuk memvisualkan isi pesan berupa desain yang telah di pikirkan dan dikonsepsikan yang penulis harapkan dapat memudahkan penyampaian pesan dan informasi sehingga dapat dengan mudah diterima oleh target audience. yang akan di sampaikan yaitu dari sejarah uang hingga perkembangannya sampai saat ini.

Keyword

Pemilihan *keyword* atau kata kunci berkaitan langsung dengan pemilihan topik kajian oleh penulis. Demi mempermudah langkah identifikasi selanjutnya, diperlukan kata kunci yang praktis dan secara efektif mampu mengilustrasikan gambaran besar dari karya yang bersangkutan.

Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia merupakan sebuah media edukasi tentang sejarah uang yang ada di Indonesia dan perkembangan uang pada masa kini.

Masyarakat yang berkunjung ke event ini dapat menikmati berbagai kategori acara antara lain seminar, talkshow, solo perform, games, bazaar, dan banyak lagi acara lainnya. Dengan mengkategorikan acara dalam Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia ini dapat meningkatkan Brand Awareness dan jumlah pengunjung Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia sehingga dapat mensukseskan acara launching dari video infografis sejarah perjalanan mata uang di Indonesia untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai sejarah uang di Indonesia. Oleh karena itu *keyword* dari Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia adalah video grafis, sejarah, uang, event, Indonesia.

Strategi Kreatif Warna

Dalam strategi kreatif diperlukan sebuah acuan dalam penetapan beberapa elemen desain, yaitu : Warna, tipografi, image, logo, identitas visual, gaya desain dan layout. Semua elemen tersebut akan menjadi ciri identitas dari Perancangan Video Grafis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia.

Warna Coklat mengandung unsur tanah atau bumi. Warna Cokelat memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Secara psikologis, warna coklat memiliki arti kuat dan dapat diandalkan serta melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup. Penggunaan warna coklat akan memberikan kesan canggih, mahal dan modern karena memiliki kedekatan dengan warna emas. Dan warna coklat di pilih sebagai warna dominan dikarenakan dapat memberikan kesan tempo dulu atau sejarah.



Gambar 3.

Warna Utama

Sumber : Teddy Velintino, 2021

Tipografi

Tipografi adalah salah satu unsur Desain komunikasi Visual dan menjadi penegas seruan dari copywriting dan menyampaikan pesan suatu karya visual secara verbal, maka dari itu penentuan pemilihan font yang sesuai merupakan hal yang penting agar antara tipografi dan ilustrasi memiliki satu kesatuan dalam memvisualkan pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye ini

Pemilihan tipografi untuk Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia menggunakan font dari keluarga serif untuk headline

dan sans serif untuk bodycopy, sehingga menampilkan gaya dari video yang bernuansa tempo dulu dari font serif yang dipilih. Dan pemilihan font sans serif untuk bodycopy dikarenakan memiliki tingkat readability yang tinggi di layar monitor jika di bandingkan dengan huruf serif dan script.



Gambar 4.
Font Cinzel

Sumber : Teddy Velintino, 2021



Gambar 5.
Font Montserrat

Sumber : Teddy Velintino, 2021

Gambar

Gambar adalah bentuk seni yang paling ekspresif secara langsung, dan memang semakin dikenal sebagai dokumentasi bernilai seni penting. Dalam perancangan kampanye non komersil ini penulis menggunakan ilustrasi berbasis vektor untuk menggambarkan informasi pengetahuan serta edukasi terkait sejarah uang di Indonesia. Dalam perancangan ini, diharapkan gambar ilustrasi tersebut dapat membuat pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan dapat memperindah desain media visual yang dibuat.



Gambar 6.

Gambar pada media promosi dan digital

Sumber : Teddy Velintino, 2021

Identitas Visual

Logo

Berikut ini adalah hasil final logo yang sebelumnya sudah melalui beberapa tahapan proses dan revisi.



Gambar 7.

Logo Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia (Sumber : Teddy Velintino, 2021)

Logo Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia tersusun atas logogram dan logotype yang akan penulis jelaskan sebagai berikut:

1. Logogram



Gambar 8.

Logogram Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia (Sumber : Teddy Velintino, 2021)

2. Logotype



Gambar 9.

Logotype Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia (Sumber : Teddy Velintino, 2021)

Video Infografis

Media utama dalam perancangan tugas akhir ini adalah Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia. Media utama adalah media yang dijadikan pokok dan akan didukung oleh media pendukung.

Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia dibuat menggunakan Software Adobe Illustrator dan Adobe After Effects. Yang di mana dalam membuat ilustrasi dan layout video menggunakan Adobe Illustrator dan untuk proses editing video seperti menggerakkan karakter dan memasukkan efek suara dan voice over nya menggunakan Adobe After Effects Serta terdapat adanya media pendukung dalam pembuatan video infografis seperti plugin mister horse yang menyediakan efek animasi, transisi dan suara.



Gambar 10.

Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia Sebagai Media Utama

Sumber : Teddy Velintino, 2021

Pra Produksi

Pra produksi adalah proses pembuatan konsep yang akan dilanjutkan pada tahap produksi, berikut adalah tahap pra produksi:

- a. Story line

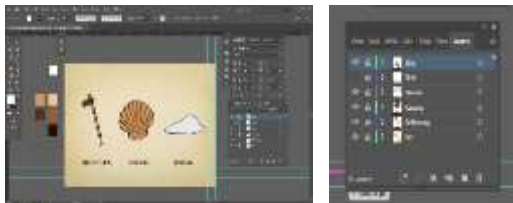
Storyline berfungsi untuk membuat alur cerita yang berkelanjutan agar sebuah konsep tersusun sesuai rencana.

b. Story Board

Storyboard berfungsi untuk mempermudah proses produksi dalam menentukan sudut pandang pengambilan gambar, tata letak, efek dan transisi video.

c. Ilustrasi

Dalam proses pembuatan ilustrasi menggunakan software Adobe Illustrator CC 2019. Pada tahap ini akan dibuat konten dan material ilustrasi yang akan dibutuhkan dalam proses produksi, seperti: karakter, property, background, dan lain-lain. Dan layer pada Adobe Illustrator harus dipisahkan antara objek yang satu dengan objek lain yang akan di animasikan agar dapat dianimasikan sesuai dengan kebutuhan gerak objek di Software Adobe After Effect.

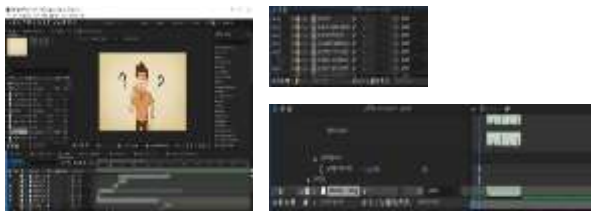


Gambar 11.

Pembuatan Ilustrasi dan Pemisahan Layer pada Adobe Illustrator CC 2019
Sumber : Teddy Velintino, 2021

Produksi

Pada tahapan produksi akan dilakukan proses motion atau pergerakan gambar yang sudah dibuat sebelumnya di Adobe Illustrator CC 2019 dan mengisi efek suara serta voice over. Produksi video infografis ini menggunakan software After Effect CC 2018. Untuk mempermudah proses produksi, penulis membuat composition pada setiap scene, teknik ini dilakukan agar composition tersusun dengan rapi.



Gambar 12.

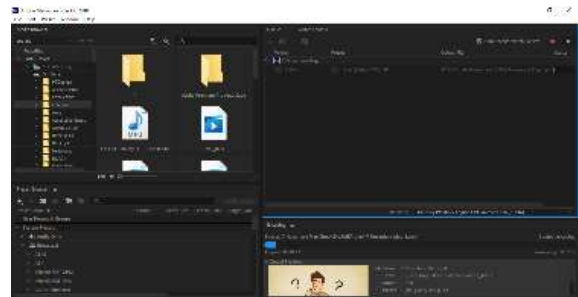
Proses Editing Video pada Adobe After Effects CC 2018 (Sumber : Teddy Velintino, 2021)

Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi, akan dilakukan proses rendering di Adobe Media Encoder CC 2018. Berikut adalah aturan rendering video :

Render Setting :

Format : MP4
Codec : H.264
Preset : High Quality 1080p HD
Resolution : 1920x1080px



Gambar 13.

Proses Rendering Video pada Adobe Media Encoder CC 2018 (Sumber : Teddy Velintino, 2021)

Slogan atau Tagline

Slogan merupakan sebuah kalimat yang bersifat ajakan atau statement yang relatif pendek dan singkat namun dibuat menarik agar mudah diingat dan digunakan untuk memberitahukan atau menyampaikan suatu informasi. Dalam Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia ini penulis menciptakan slogan yaitu “Dari Sejarah Untuk Masa Depan” yang mengartikan keterkaitan antara masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang yang di mana kita selalu belajar dari peristiwa sejarah atau belajar dari kekurangan di masa lalu untuk mempersiapkan masa depan yang lebih baik.

Layout

Layout adalah sebuah sket rancangan awal untuk menggambarkan organisasi unsur-unsur komunikasi grafis yang akan disertakan. Usaha untuk menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasif, menarik perhatian dan mendukung pencapaian tujuan secara cepat dan tepat dikenal dengan istilah tata letak.

Dalam media promosi kampanye yang dirancang ini, penulis menggunakan keseimbangan asimetris, asimetris atau nonformal mempunyai tata letak yang tidak beraturan namun secara keseluruhan terdapat keseimbangan yang harmonis. Desain layout bergaya asimetris ini berkesan dinamis dan layout dengan gaya asimetris memiliki ruang-ruang yang kosong yang dapat dimanfaatkan.



Gambar 14.
Grid layout Poster Event dan Infografis
Sumber : Teddy Velentino, 2021

Stationery

Stationery merupakan peralatan kantor yang dicetak dengan menggunakan desain yang menarik serta menggambarkan citra atau identitas perusahaan.



Gambar 15.
Desain Stationery Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia (Sumber : Teddy Velentino, 2021)

Media Promosi

Media promosi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk mempromosikan produk. Proses desain media pendukung promosi dari event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia dieksekusi dengan menerapkan konsep dan unsur visual. Berikut merupakan penjabaran desain layout dan konsep visual yang sudah diaplikasikan ke dalam media promosi, terdapat poster, brosur, flyer, iklan koran, iklan majalah, billboard, iklan digital Instagram, dan x banner.

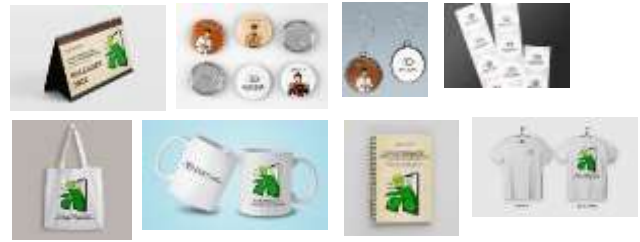


Gambar 16.
Desain Media Promosi Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia
Sumber : Teddy Velentino, 2021

Marchandise

Proses desain dari merchandise dari dieksekusi dengan menerapkan konsep dan unsur dari visual yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Berikut merupakan penjabaran spesifikasi dan visual

konsep yang sudah diaplikasikan dan dicetak ke dalam bentuk merchandise.



Gambar 17.
Desain Marchandise Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia (Sumber : Teddy Velentino, 2021)

Kesimpulan

Mempelajari sejarah bukan hanya bertujuan untuk mengetahui kejadian atau peristiwa penting di masa lalu namun juga mengajarkan berbagai bentuk pengalaman yang terjadi sepanjang sejarah manusia baik keberhasilan maupun kegagalan. Sehingga mempelajari sejarah sangatlah penting bagi kita agar dapat mengetahui dan mengenal akar sejarah diri kita, karena mau tidak mau, kita adalah hasil dan pencapaian dari peristiwa sejarah tersebut dan dapat menjadikannya pembelajaran untuk mempersiapkan masa yang akan datang dengan lebih baik dan terus melakukan inovasi terutama terhadap perkembangan uang atau alat pembayaran yang ada di Indonesia. Dan dengan adanya Video Infografis ini juga diharap dapat memberikan informasi dengan efektif, menarik dan dapat dengan mudah di terima oleh masyarakat dengan mengusung tema “Dari Sejarah Untuk Masa Depan” yang dirangkum dalam sebuah Event Sejarah Perjalanan Mata Uang di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Avianto, Lufti. (2009). *Ayo Belajar Komunikasi*. Jakarta : PT. Glory Offset Press.
- Dameria, Anne. (2007). *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan industri Grafika*. Jakarta: Link Match Graphic.
- Endah, Nilla (2019). *Mengenal Sejarah Uang*. Sukoharjo: Graha Printama Selaras
- Huddiansyah. (2017). IBM Pada Aplikasi Supergrafis Untuk Media Promosi UKM Toko Baju Betok di Pulau Untung Jawa, *Journal of Design*. DKI Jakarta.
- Imanto Teguh. (2007). Film Sebagai Proses Kreatif Dalam Bahasa Gambar. *Journal of Communicology*.

- Lucius C R, Fuad Ahmad. (2017). *Coloring your information: How designers use Theory of Color in creative ways to present infographic*. Journal of Design.
- Marwan Rudi Heri. (2018). Kajian Semiotika Motif Ornamen Batik Baju Karyawan Serbagai Identitas Universitas Esa Unggul Jakarta. *Journal of Idea Design*.
- Mustaqim Karna. (2018). *Drawing Perform's: An Artistic Research*. Journal of Art.
- Mustaqim Karna. (2013). Penelitian Atas Penelitian Seni Dan Desain: Suatu Studi Kerangka Filosofis-Paradigmatis bagi Penelitian Seni dan Desain Visual. *Journal of Art and Design*.
- Nuryadi. (2019). Karya Berita TVInfographic "Gonjang Ganjing Pindah Ibukota", Program Metro Siang. *Journal of Infographic*.
- Pertiwi Ratih, Widyastuti Putri Anggraeni, Huddiansyah. (2019). Visualisasi Permainan Traditional Dakon Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Design*.
- Rustan, Surianto. (2010). *Huruf & Font Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Rustan, Surianto. (2014). *Layout Dasar & Penerapan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Viter, Jhon. (2015). Perancangan Ulang Corporate Identity Wisata Pulau Untung Jawa. *Journal of Corporate Identity*.
- Zahar Iwan. (2011). *Written Exams: Concrete Solution to Solve Image-Text Relation for Visual Communication Design'students (art students)?*. Journal of Idea Design.