

KAJIAN STRATEGI VISUAL PADA MEDIA PROMOSI MOTION GRAPHIC STASIUN PENYEDIA LISTRIK UMUM (SPLU)

Oleh :

Rifki Aswan

Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Universitas Mercu Buana

rifkyaswan@gmail.com

Ringkasan

Kajian strategi visual pada media promosi motion graphic stasiun penyedia listrik umum (SPLU) merupakan sebuah kajian yang dilakukan untuk mengungkap kegagalan strategi visual yang terjadi pada media promosi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

PT PLN meluncurkan motion graphic berjudul 'PLN Disjaya SPLU' pada tanggal 7 september 2016. Motion graphic ini tentunya bertujuan untuk mempromosikan fasilitas SPLU yang disediakan untuk masyarakat umum. Motion graphic ini diunggah pada sosial media youtube. Namun sampai pada November 2017 ini tercatat bahwa video ini baru ditonton sebanyak 378 viewer, dan 1 like, dan 0 dislike. Angka yang sangat rendah untuk sebuah tontonan yang telah tayang selama 1 tahun 2 bulan. Perbandingan jumlah like dengan viewer pun hanya 1 orang dari 378 viewer. Dengan berdasarkan perbandingan waktu, viewer dan likenya dapat dikatakan bahwa motion graphic ini gagal dalam mengkomunikasikan layanan fasilitas SPLU ke khalayak umum.

Kegagalan fungsi motion graphic tersebut menjadi kasus yang mengherankan bagi penulis sendiri, mengingat bahwa secara tampilan visual dan materi yang ada dalam motion graphic ini tersusun dengan baik dan menarik. Untuk itu, kajian ini dilaksanakan untuk mencari tahu letak kesalahan dalam proses sosialisasinya. Dengan demikian, analisa terhadap strategi visual motion graphic 'PLN Disjaya SPLU' sangatlah dibutuhkan demi keberhasilan proses kampanye fasilitas SPLU yang disediakan pemerintah kedepannya.

Kata Kunci : *Strategi visual, SPLU, Motion Graphic.*

Abstract

A visual strategy study on the promotional media of the general public electricity motion station (SPLU) is a study conducted to uncover visual strategy failures that occur in the promotional media. This study uses qualitative methods with a case study approach.

PT PLN launched a motion graphic entitled "PLN Disjaya SPLU" on September 7, 2016. Motion graphic is certainly aimed at promoting SPLU facilities provided to the general public. This motion graphic is uploaded on youtube social media. But until November 2017 it was noted that this video had only been watched by 378 viewers, and 1 likes, and 0 dislike. Very low numbers for a spectacle that has aired for 1 year 2 months. Comparison of the number of likes and viewers is only 1 person out of 378 viewers. Based on the comparison of time, viewer and likeness it can be said that this motion graphic fails to communicate SPLU facility services to the public.

The motion graphics function failure is an astonishing case for the author himself, considering that visually and material in motion graphic is well organized and interesting. For this

reason, this study was conducted to find out where the errors were in the socialization process. Thus, an analysis of the visual motion graphic strategy 'PLN Disjaya SPLU' is needed for the success of the SPLU facility campaign process provided by the government in the future.

Keywords : *visual strategy, SPLU, Motion Graphic.*

A. PENDAHULUAN

Peranan media promosi dewasa ini sangat dibutuhkan dalam segala bidang. Entah itu dalam bidang usaha, kegiatan atau *event*, instansi pemerintah, organisasi, maupun individu, semuanya membutuhkan adanya promosi untuk menginformasikan produk atau jasa yang dihasilkan. Untuk menciptakan media promosi tersebut tentu saja membutuhkan sebuah strategi komunikasi visual yang jitu agar dapat menjangkau audiens yang ditargetkan.

Promosi sendiri merupakan suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya menggunakan produk atau jasa perusahaan. Beberapa media promosi mencakup poster, brosur, *leaflet*, kartu nama, *billboard*, spanduk, *banner*, video *motion graphic* dan beberapa media promosi lain masih digunakan untuk sebuah promosi produk atau jasa.

Semakin berkembangnya zaman, media promosi di Indonesia khususnya daerah DKI Jakarta terus berkembang secara unik dan menarik. Perkembangan media promosi pada saat ini sangat membantu dalam menunjang informasi dan komunikasi. Dalam hal ini, beberapa media promosi yang menarik menjadi pilihan sesuai keperluan yang dibutuhkan. Namun seringkali media promosi yang disajikan kurang efektif dan tidak sesuai dengan sasaran target yang diinginkan.

Salah satu kasus media promosi yang menarik dapat disaksikan pada program strategis pemerintah khususnya PT PLN. Pada tahun 2016, PT PLN (Disjaya) terus melakukan kampanye penggunaan listrik secara legal dan aman dengan media promosi brosur. PT PLN Disjaya juga mengeluarkan sebuah media promosi berupa video *motion graphic* SPLU (Stasiun Penyedia Listrik Umum) untuk mempromosikan SPLU kepada masyarakat umum. SPLU adalah solusi yang diprogramkan PLN untuk menjawab kebutuhan listrik umum

masyarakat saat ini dan perkembangan kedepannya. Misalnya saja para pedagang kaki lima yang membutuhkan penyinaran dan mengoperasikan peralatan dapur elektronik, atau masyarakat umum yang membutuhkan daya listrik untuk mencharger benda elektronik miliknya, *outdoor events*, dan kegiatan konstruksi bangunan dapat memanfaatkannya. SPLU juga dipersiapkan untuk menyongsong era kendaraan listrik yang ramah lingkungan.

PT PLN meluncurkan motion graphic berjudul 'PLN Disjaya SPLU' pada tanggal 7 september 2016. Motion graphic ini tentunya bertujuan untuk mempromosikan fasilitas SPLU yang disediakan untuk masyarakat umum. Motion graphic ini diunggah pada sosial media youtube. Namun sampai pada November 2017 ini tercatat bahwa video ini baru ditonton sebanyak 378 viewer, dan 1 like, dan 0 dislike. Angka yang sangat rendah untuk sebuah tontonan yang telah tayang selama 1 tahun 2 bulan. Perbandingan jumlah like dengan viewer pun hanya 1 orang dari 378 viewer. Dengan berdasarkan perbandingan waktu, viewer dan likenya dapat dikatakan bahwa motion graphic ini gagal dalam mengkomunikasikan layanan fasilitas SPLU ke khalayak umum.

Kegagalan fungsi motion graphic tersebut menjadi kasus yang mengherankan bagi penulis sendiri, mengingat bahwa secara tampilan visual dan materi yang ada dalam motion graphic ini tersusun dengan baik dan menarik. Untuk itu, sangat diperlukan sebuah kajian untuk mencari tahu letak kesalahan dalam proses sosialisasinya. Dengan demikian, analisa terhadap strategi visual motion graphic 'PLN Disjaya SPLU' sangatlah dibutuhkan demi keberhasilan proses kampanye fasilitas SPLU yang disediakan pemerintah.

Namun, kampanye yang dilakukan oleh PT PLN dirasakan belum efektif menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Akan banyak indikator yang dapat mempengaruhi kurang efektifnya kampanye tersebut. Namun salah satu dugaan yang mengakibatkan kegagalan tersebut adalah pemilihan media kampanye visual yang keliru dalam mengkampanyekan program SPLU. Namun untuk benar-benar mengetahui letak kekurangannya maka perlu dilakukan sebuah kajian mendalam terhadap media kampanye, strategi visual dan karakter masyarakat yang ada dalam arena penerapannya.

Berdasarkan hal tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan riset

terhadap media promosi *motion graphic* pada SPLU PLN Disjaya. Penulis akan mengkaji melalui bentuk komunikasi visual dan gaya bentuk ilustrasi yang dipakai oleh *motion graphic* SPLU dan dibandingkan dengan kesesuaiannya dengan karakter customer/pengguna yang ditargetkan. Sehingga mampu mengungkap faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan komunikasi pada *motion graphic* tersebut. Dengan demikian, penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi visual pada media promosi *motion graphic* SPLU oleh PT PLN Disjaya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan kegagalan dalam strategi sosialisasi *Motion graphic* SPLU ini, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dalam suksesi program SPLU kedepannya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Muhamad As'ai (2009) dalam bukunya yang berjudul '*Cara Pintar Promosi Murah Dan Efektif*' membahas tentang pentingnya promosi, perencanaan promosi dan media promosi yang efektif. Dalam sebuah kampanye diperlukan media promosi dan perancangan yang kreatif sebagai mempromosikan kampanye tersebut. Di buku membahas mengenai pintar promosi dengan efektif dan murah. Buku ini bermanfaat sebagai teknik da-

lam pembuatan media promosi yang efektif dalam sebuah kampanye SPLU dan sebagai strategi yang dilakukan dalam pembuatan media promosi yang murah namun tetap efektif.

Rama Kertamukti (2015) dalam bukunya yang berjudul '*Strategi Kreatif dalam Periklanan*' membahas tentang strategi kreatif yang dirancang untuk menggali segala sesuatu dibalik fakta dan menyusunnya kearah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Perencanaan kreatif periklanan adalah proses membuat stategi mencapai tujuan melalui iklan atau kampanye yang dibuat. Oleh karena itu, sebelum menciptakan kreatif periklanan, maka perlu dilakukan perencanaan. Sebagai pekerja kreatif, proses penggambaran, penulisan, perancangan dan produksi adalah sebuah metode yang dalam pembuatan sebuah kampanye. Tidak hanya itu, seorang pekerja kreatif pun harus mahir dalam berbahasa visual. Di dalam buku ini juga menjelaskan bahwa konsumen adalah sebagai target sasaran yang memiliki berbagai persepsi, sikap konsumen, model perilaku konsumen, strategi pemasaran dengan memerhatikan budaya, kelas sosial dan kelompok referensi dalam perilaku.

Jonathan Sarwono dan Hary Lubis (tahun) dalam bukunya yang berjudul

Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual membahas permasalahan riset dalam ilmu bidang desain beserta pendekatan – pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dan membahas pemilihan pendekatan, metode dan teknik riset yang tepat.

James Craig (tahun) dalam bukunya yang berjudul *Production for The Graphic Designer* menjelaskan tentang teknik produksi tradisional dan modern. Menunjukkan bagaimana caranya menguasai teknik produksi kepada desainer dengan mengerti cara penggunaannya.

Agus Sachari (tahun) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Metodologi Penelitian* ini dapat membimbing penulis dalam penulisan laporan penelitiannya karena terdapat tata cara penulisan dan metode – metode penelitian yang dapat digunakan dalam mengkaji suatu pembahasan.

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lebih kearah kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa. Penelitian kualitatif

deskriptif dipakai untuk mendeskripsikan elemen - elemen visual pada *motion graphic* SPLU. Data yang dihasilkan berupa informasi guna mendukung penyajian data SPLU. Wilayah penelitian difokuskan di daerah Jakarta Barat dengan waktu pelaksanaan kurang lebih 6 (enam) bulan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah suatu kasus yang difokuskan untuk diamati dan dianalisis secara terperinci dan tuntas. Analisis secara tajam terhadap berbagai factor yang terkait dengan kasus tersebut sehingga akhirnya akan diperoleh kesimpulan yang akurat (Sutedi, 2009:61). Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.¹

Pendekatan studi kasus dipilih sesuai dengan sifat objek kajian yang spesifik, yaitu terbatas pada *Motion Graphic* SPLU *disjaya*. Seperti ungkapan Louis Smith, "kasus adalah suatu sistem

¹ (Creswell, John W. 2010:20).

yang terbatas (*a bounded sistem*)”.² Dengan demikian, faktor kunci dalam memahami sebuah kasus terletak pada keterbingkaihan (*boundedness*) dan pola-pola perilaku sistem”.³

Sumber data dari penelitian ini terdiri atas data primer yang merupakan data utama dan data sekunder sebagai data pendukung. Data primer didapatkan melalui proses observasi langsung ke lokasi PT PLN DISJAYA, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan adalah wawancara terstruktur dengan informan dari *agency* Red Indonesia dan tim kreatif ilustrator dan animator SPLU. Data sekunder yang diperoleh peneliti yaitu dari buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan strategi komunikasi dan visual sebagai landasan teori, dan dokumentasi media *motion graphic* yang pernah dibuat sebelumnya

Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini lebih menekankan pada data empiris yang terjadi dilapangan. Adapun beberapa teknik pengumpulan

data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Metode pengumpulan data, peneliti melakukan observasi langsung mengenai

data-data SPLU kepada PT PLN DISJAYA, wawancara terstruktur yang berupa pertanyaan mengenai bentuk ilustrasi, tipografi dan animasi grafik kepada Antonius Setiadi K. sebagai ilustrator SPLU dan Derian Andries sebagai animator video *motion graphic* SPLU dan dokumentasi untuk data pelengkap penelitian.

1. Observasi Partisipatif

Observasi Partisipatif adalah peneliti melakukan pengamatan terhadap obyek penelitian secara langsung. Pentingnya observasi adalah kemampuan dalam menentukan faktor-faktor awal mula untuk menggambarkan objek yang diamati dalam kondisi tertentu. Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan terhadap situasi sebenarnya, tanpa dipersiapkan, dirubah atau bukan diadakan khusus untuk keperluan penelitian. Observasi dilakukan pada obyek penelitian sebagai sumber data dalam keadaan asli. Melalui observasi partisipatif, data yang diperoleh akan lebih lengkap dan jelas. *Motion graphic* SPLU yang disebar di youtube Sahabat PLN Jakarta menjadi objek yang akan di observasi secara langsung oleh peneliti.

2. Wawancara Terstruktur

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab

² (Denzin & Lincoln, 2009:300).

³ *Ibid*

sambil menatap muka antara pewawancara dengan responden menggunakan panduan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat semua jawaban dari responden sebagaimana adanya. Pewawancara sesekali menyelingi jawaban responden, baik untuk meminta penjelasan maupun untuk meluruskan bilamana ada jawaban yang menyimpang dari pertanyaan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Maksudnya, dalam melakukan wawancara peneliti sudah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Di sini, peneliti melakukan wawancara terhadap kepada Antonius Setiadi K. sebagai ilustrator *motion graphic* SPLU dan Derian Andries sebagai animator video *motion graphic* SPLU yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Peneliti mengambil teknik dokumentasi berupa berbagai catatan lapangan dan pendokumentasian visual (Foto) yang bertujuan untuk menghasilkan data pelengkap penelitian. Selain itu, peneliti melakukan teknik *camcorder* yang bertujuan untuk memaksimalkan penelitian yang berkaitan dengan materi untuk mempertegas hasil observasi dan

wawancara.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009: 335-336), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan.

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: tahap pengidentifikasian, tahap pengolahan, tahap penafsiran.⁴

Pada tahap pertama dilakukan identifikasi data dengan mengumpulkan data verbal dan visual yang diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara dan audio & visual. Segala data yang ditemukan di lapangan dikelompokkan kedalam berbagai folder sesuai dengan jenisnya. Data-data serta folder-folder yang telah dibuat diberi judul untuk membantu proses

⁴ (Subana & Sudrajat, 2001: 145).

pencariannya ketika dibutuhkan.

Pada tahap kedua dilakukan klasifikasi serta pengolahan data. Proses klasifikasi data dilakukan dengan menggunakan sistem koding. Tahap ini dimulai dengan memilih atau mengelompokkan data penelitian yang telah diidentifikasi sesuai dengan jenis dan sifat data, setelah itu diadakan seleksi data. Seleksi data dilakukan dengan menyisihkan data yang kurang relevan dan berkontribusi atas kebutuhan data pada pokok bahasan.

Tahapan selanjutnya melakukan uji validitas terhadap data-data yang ditemukan. Pada penelitian ini, validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi metode/teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan melihat kesesuaian data dari tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu dari observasi, wawancara, dan dokumen. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melihat kesesuaian informasi yang disampaikan oleh narasumber yang diwawancarai.

Tahap terakhir dilakukan analisis data sesuai dengan teori-teori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menekankan pada analisis pembentukan yang kemudian dituangkan dalam bentuk

tulisan ilmiah. Pada penelitian ini, penulis menggunakan melalui pertimbangan berbagai teori. Hal tersebut dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Hasil analisis kemudian disimpulkan kedalam beberapa pernyataan yang memberikan jawaban atas masalah penelitian yang dikerjakan.

D. HASIL

a. SPLU Beji Litar

SPLU *Beji Litar* adalah Stasiun Penyedia Listrik Umum dari PLN yang legal dan aman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ditempat umum. Kata *Beji Litar* diambil dari *Beji* yang dalam bahasa betawi artinya sumber, dan *Litar* merupakan akronim dari Listrik Pintar. SPLU *Beji litar* dibuat karena Petugas PLN seringkali menemukan pencurian listrik di daerah Jakarta dengan memanfaatkan penerangan publik untuk kepentingan pribadi.

Data pencurian listrik berdasarkan perhitungan data statistik PT PLN (Disjaya) tahun 2016, terdapat 41.851 pencurian listrik secara rutin setiap bulannya dengan merugikan pemerintah sekitar puluhan miliar pertahun. Salah satu konsumen pencurian listrik ilegal tersebut adalah pedagang kaki lima (PKL) untuk menerangi lapak dagangnya. Pencurian listrik pun

berbahaya bagi keselamatan masyarakat karena rentan terjadi sengatan listrik dan kebakaran akibat hubungan pendek arus listrik.

Seiring berkembangnya sistem SPLU Beji Lintang, SPLU bukan lagi hanya untuk pedagang kaki lima saja, namun masyarakat perkotaan modern, *outdoor events*, dan kegiatan konstruksi bangunan pun dapat memanfaatkannya. Penyebaran SPLU Beji Lintang juga dipasang di 26 titik yang tersebar di DKI Jakarta, seperti Pegadungan, Menteng, Bandengan, Bulungan, Kebon Jeruk, Ciputat, Bintaro, Jatinegara, Pondok Kopi, Cengkareng, Kramat Jati, Ciracas, Pondok Gede, dan Lenteng Agung.

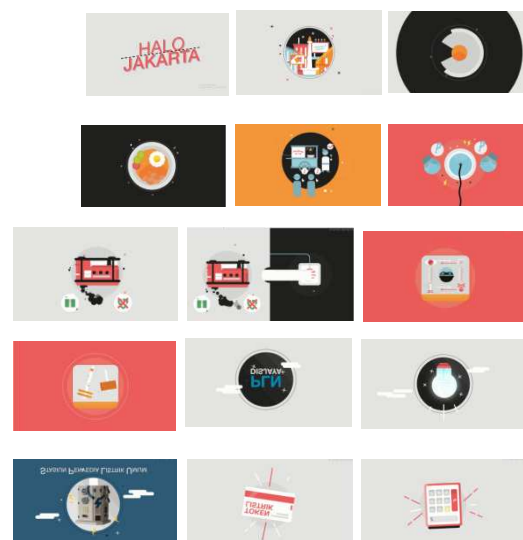
Untuk menganalisis strategi visual *motion graphic* SPLU, metode yang digunakan adalah metode formalistik terdiri dari unsur visual dan unsur perseptual sebagaimana diungkap Andri Masri (2010). Metode yang menghubungkan sebuah unsur visual yaitu garis, bentuk, warna, ruang dan tekstur. Sedangkan unsur perseptual yaitu harmoni, kesatuan, keseimbangan, intensitas, ukuran dan proporsi, irama, arah dan gerak. Untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan adalah teori *fear appeal* dari Werner J. Severin Mengintegrasikan unsur-unsur

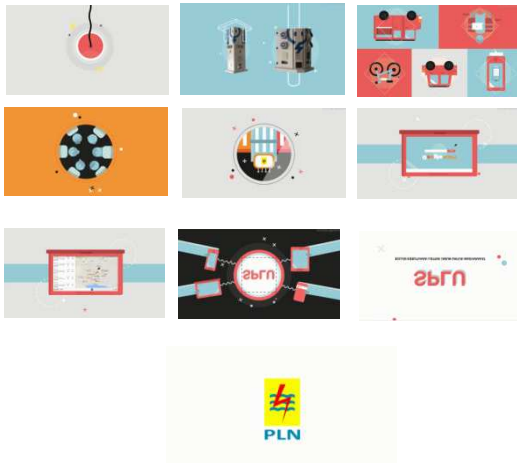
komunikasi visual beserta segala hal seputar SPLU di dalam objek bergerak menjadi suatu strategi dalam penelitian ini.

b. Target Audiens

- 1) Geografi : Segmentasi *motion graphic* SPLU yaitu para pedagang kaki lima (PKL), UMKM, dan masyarakat umum yang berada di wilayah DKI Jakarta.
- 2) Demografi
Umur : 15 – 45 Tahun
- 3) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- 4) Psikografi
Personality : Konsumen yang menginginkan energi listrik secara legal, praktis, dan aman diluar ruangan.
- 5) Behavior : Aktif dalam penggunaan streaming internet.

c. Konsep Motion Graphic SPLU





Gambar 1. Thumbnail *Motion Graphic* SPLU

Motion graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan music. Penggunaan motion graphic yang umum adalah sebagai title sequence (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran, dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dll (Iman Satriaputra Sukarno,2008)

Untuk mempromosikan SPLU Beji Lintang, PT PLN Disjaya membuat sebuah media promosi dengan media utama motion graphic dengan durasi 1 menit 52 detik. Di dalam motion graphic ini memunculkan sebuah ilustrasi para pedagang kaki lima yang menjual aneka ragam makanan di Jakarta namun masih

banyak para PKL mencuri listrik dari tiang listrik milik negara, genset yang tidak ramah lingkungan dan bahkan para PKL bisa menyalur listrik dirumah warga sekitar. PLN Disjaya memberikan solusi dalam permasalahan ini, yaitu dengan SPLU (Stasiun Penyedia Listrik Umum), para PKL dan masyarakat umum dapat menyalur listrik dengan aman dan ramah lingkungan. Hanya dengan membeli token listrik dan memasukan nomer token di kWh meter yang tersedia di SPLU, para PKL serta masyarakat umum dapat menyambungkan listrik di mesin SPLU tersebut.

Di motion graphic ini menjelaskan juga kegunaan SPLU yang berada diluar ruangan seperti charge handphone, mobil atau sepeda listrik, dan instansi pemerintah yang memerlukan energi listrik. SPLU dapat ditemukan secara mudah dengan mencari di google map dengan keyword “SPLU PLN” maka SPLU di lokasi sekitar akan terlihat. Untuk penutup dalam video motion ini, SPLU mempunyai tagline “Solusi Kebutuhan Listrik Umum Masyarakat”.

d. Tahap Perancangan Motion

Graphic SPLU

Pada motion graphic ini, pada awalnya PLN memberikan brief dan rancangan cerita mengenai isi video motion graphic SPLU kepada Agency

Red Indonesia. Director Red Indonesia, Derian Andries mengungkapkan bahwa PLN sendiri sebagai user tidak memiliki segmentasi target audiens yang jelas untuk video motion graphic SPLU ini. Hal terpenting adalah pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan mengerjakan sesuai desain yang telah di approve oleh PLN.

Untuk mendapatkan rancangan media komunikasi yang tepat dan efektif sesuai dengan kriteria-kriteria desain yang ada, diperlukan konsep dasar perancangan yang digunakan sebagai landasan perancangan media komunikasi visual yang dapat memberikan informasi yang tepat dan informatif yang sekaligus mampu untuk mempengaruhi khalayak sasaran (Bagus Made Bayu Suwirya, 2011)

Pesan yang ingin disampaikan oleh PLN adalah para PKL atau UMKM dapat menggunakan listrik umum secara mudah, legal dan aman. SPLU juga tidak hanya untuk para PKL namun masyarakat umum juga dapat menggunakan SPLU ini ketika sedang di luar ruangan yang membutuhkan energi listrik. Dari beberapa pilihan desain yang telah dibuat oleh agency, teknik flat design tersebut yang dipilih oleh PLN dengan waktu pengerjaan motion graphic ini diberi waktu 5 (Lima) hari

dan waktu 3 (Tiga) hari sebagai approval dari bagian direksi PLN. Ilustrasi flat design tersebut di bantu dengan voice over untuk memperjelas konten dari motion graphic SPLU ini karena flat design sendiri merupakan gaya elemen desain yang sangat sederhana, trendy, dan memiliki warna-warna datar. Flat design digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi dengan cepat dan menarik secara visual.

Berikut tahapan perancangan motion graphic SPLU :

1. Brief dari klien (PLN)
2. Wawancara dan diskusi dengan Klien, mengenai maksud dan tujuan video ini serta kesan apa yang ingin di berikan jika orang melihat video ini.
3. Brainstorming diantara agency dan client, mengenai bagaimana video ini akan di kerjakan dengan berdasarkan brief dari klien
4. Pembuatan script/storyboard
5. Approval script / storyboard ke klien. Apabila ada feedback segera dibahas dan dikerjakan, dengan melihat dari timeline yang ada. Jika misalnya, timelinenya tidak mencukupi, harus segera di bahas solusinya dengan klien.
6. *Take Voice Over* berdasarkan script yang sudah di approve

7. Desain dan Animasi, proses ini dikerjakan overlap atau hampir bersamaan dikarekan timelinenya yang cukup pendek.
8. Approval video, dan revisi jika ada. Pada proses ini klien masih minta beberapa revisi dari desain dan *Voice Over* untuk beberapa pengucapan kata. Selama masih dalam timeline, hal yang di revisi tidak menjadi masalah.
9. Deliver Final Video.

e. Bentuk dan Ilustrasi

Teknik ilustrasi motion graphic SPLU menggunakan teknik flat design dengan beberapa elemen simpel tambahan di sekitarnya yang membuat lebih fun. Flat design adalah istilah style desain dimana elemen desain yang digunakan sangat minimalis tanpa tambahan atribut yang membentuk dimensi dan kedalaman, seperti drop shadow, tekstur, maupun penggunaan warna dengan gradient.



Gambar 2. Bentuk Flat Design Motion Graphic SPLU

Teknik ini sangat berpengaruh

terhadap pola pikir target audiens karena tampilan *motion graphic* dibuat menjadi simpel dan dinamis. Karakter ilustrasi dibuat dengan ikon yang sederhana yang menjadi karakter dari flat design tersebut.

f. Warna Pada Motion Graphic

Ada beragam warna yang divisualisasikan ke dalam *motion graphic* SPLU. Penggunaan warna *flat design* ini menggunakan warna-warna datar. Sebagian besar warna tentunya diambil dari identitas PLN yaitu logo Listrik Pintar. Pemilihan warna biru muda digunakan karena SPLU mengadopsi listrik pintar yang menggunakan token listrik untuk memakainya. Penggunaan warna Biru muda memberikan pesan bahwa SPLU dapat menyajikan informasi yang berkualitas untuk masyarakat Jakarta dan menyiratkan kesan tenang dan nyaman dari mata audiens.



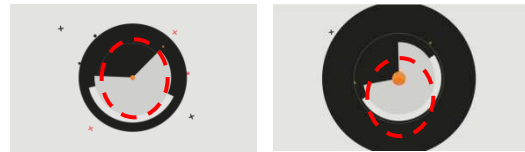
Gambar 3. Warna Primer pada *motion graphic* SPLU

Warna-warna primer yang kontras di dalam *motion graphic* SPLU seperti warna merah, biru, dan kuning mejadi *point of interest* dari *motion graphic* ini yang

dipadukan dengan warna netral seperti abu abu dan putih menjadi kesatuan yang dinamis (Herbert Zett,2009). Warna jingga melambangkan sebuah keceriaan dan kehangatan. Penggunaan warna jingga memberikan pesan bahwa SPLU mudah dijangkau dan warna merah muda dan sedikit campuran warna putih melambangkan sebuah semangat dan memberikan kesan feminim. Warna merah ini dapat memberikan kesan bahwa SPLU dapat diandalkan dan mempunyai kekuatan besar untuk penggunaan listrik umum di Jakarta.

g. Teknik Animasi Pada Motion Graphic SPLU

Teknik animasi yang digunakan dalam *motion graphic* ini memakai animasi yang sederhana dengan mengandalkan parameter *transform* seperti *position, scale, rotation, dan opacity*. Pemilihan teknik animasi ini merupakan adaptasi dari gaya desain *flat design* yang digunakan. Pergerakan animasi yang lembut dengan memainkan *speed* seperti *ease in, ease out, quad, quart*, dan sejenis lainnya. Teknik animasi sebagai transisi *motion* ini menggunakan teknik *circle motion* serta didukung beberapa elemen visual yang sederhana sehingga menampilkan animasi yang *trendy*.



Gambar 4. Transisi pada Motion Graphic SPLU

h. Bentuk Komunikasi Motion Graphic

Berdasarkan sudut pandang teori Werner J. Severin Gaya bahasa atau komunikasi motion ini menggunakan gaya bahasa persuasi yang lebih terarah *fear appeal* menengah yaitu bahasa komunikasi masih menekankan suatu akibat yang telah terjadi pada suatu kegiatan. Akibat terjadi pencurian listrik, gaya bahasa ini digunakan untuk memperlihatkan bahaya dari pencurian listrik, menyalur listrik dirumah warga yang mengakibatkan jaringan listrik tidak stabil dan merusak aset negara karena pencurian energi listrik di tiang listrik yang mengakibatkan kerugian dana penerangan publik milik negara dan dapat terjadinya arus pendek sehingga mengakibatkan kebakaran.

i. Pesan Yang Disampaikan

Teori Moriarti (1991) mengungkapkan strategi pesan yang berhasil jika dapat menyampaikan pesan yang tepat kepada sasaran yang dituju. Oleh karena itu, strategi pesan harus menjawab tiga pertanyaan dalam situasi komunikasi secara keseluruhan, yaitu: 1) *Who to Talk*, berarti siapa target atau

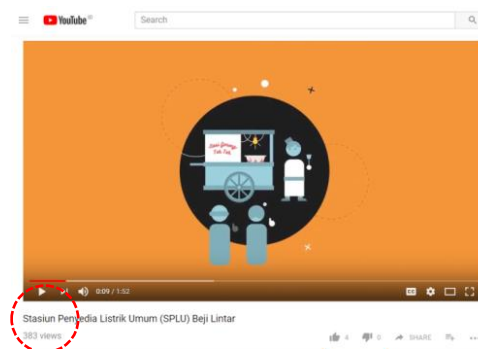
segmentasi yang ingin diraih, 2) *What to Say to Them*, berarti perencanaan pesan yang ingin disampaikan, 3) *How to Reach Them*, berarti perencanaan media untuk mencapai sasaran (Bagus Made Bayu Suwirya, 2011)

Pada video *motion graphic* SPLU ini, berisi bahwa para pedagang kaki lima yang berwirausaha di luar ruangan menggunakan listrik yang tidak aman dan membahayakan. Bukan hanya membahayakan para pedagang kaki lima, namun dapat merusak aset negara karena telah melakukan pencurian listrik di tiang listrik sehingga dapat merugikan pemerintah. Oleh karena itu PLN mengeluarkan sebuah alternatif listrik umum yang terdapat di luar ruangan, baik untuk pribadi maupun berniaga seperti para PKL, dan UMKM. Dengan adanya SPLU yang mempunyai listrik resmi dari pemerintah, semua masyarakat akan lebih nyaman dan akan terhindar dari efek buruk yang diakibatkan dari listrik colongan.

j. Pemilihan Media Penyebaran Motion Graphic

Untuk mempromosikan SPLU Beji Lintang kepada masyarakat, PLN membuat sebuah media promosi dengan *motion graphic*. Penyebaran media *motion graphic* ini melalui media situs *streaming* video di internet yaitu youtube.com.

Motion Graphic dipublikasikan pada bulan September 2016 dengan 383 *views*, 4 *like*, dan nol komentar didalam *channel* youtube Sahabat PLN Jakarta. *Motion graphic* ini juga sebagai bahan persentasi PT PLN Disjaya untuk launcing SPLU kepada masyarakat Jakarta.



Gambar 5. Motion Graphic SPLU pada youtube

E. PEMBAHASAN

a. Analisis Strategi Visual Pada *Motion Graphic* SPLU

Salah satu aspek yang menunjang keberhasilan sebuah komunikasi visual yaitu terletak pada penggayaan karya. Ilustrasi *motion graphic* SPLU menggunakan teknik *flat design*. Dalam tampilannya, beberapa elemen tambahan simple digunakan untuk memanfaatkan ruang kosong pada desain yang dibuat agar desain terlihat lebih *fun*. *Flat design* memiliki elemen visual sangat sederhana tanpa tambahan atribut yang membentuk dimensi dan kedalaman, seperti *drop shadow*, tekstur, maupun penggunaan warna dengan gradient. Setelah diidentifikasi dengan pendekatan

visual formalistik Andri Masri bahwa unsur visual terdapat titik, garis, warna, bentuk, tekstur dan unsur perseptual yaitu keharmonisan, keseimbangan, proporsi, dan irama atau gerak (Masri,2010). Penggunaan warna *flat design* ini menggunakan warna-warna datar. Ada beragam warna yang divisualisasikan ke dalam *motion graphic* SPLU.

Teknik animasi yang digunakan dalam *motion graphic* ini memakai animasi yang sederhana dengan parameter *transform* seperti *position*, *scale*, *rotation*, dan *opacity*. Pemilihan teknik animasi ini merupakan adaptasi dari *flat design* yang digunakan. Pergerakan animasi yang lembut menjadikan *motion graphic* ini terkesan simpel dan menarik melalui permainan *speed* seperti *ease in*, *ease out*, *quad*, *quart*, dan sejenis lainnya. Teknik transisi *motion* ini menggunakan teknik *circle motion* serta didukung beberapa elemen visual yang sederhana sehingga menampilkan animasi yang *trendy*.

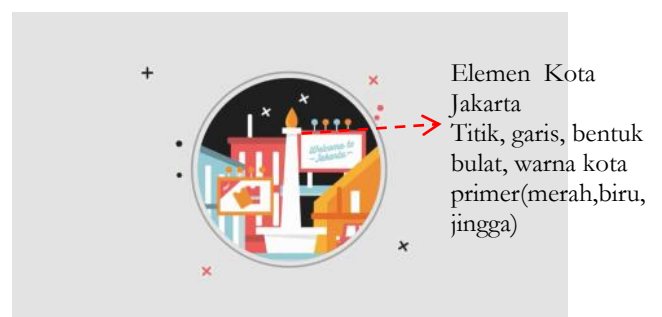
Pada bagian opening *motion graphic* SPLU, video ini menampilkan sebuah animasi dengan teks “Halo Jakarta” yang berartikan bahwa video tersebut ditargetkan untuk masyarakat yang berlokasi di daerah Jakarta. Kota Jakarta yang memiliki berbagai usaha seperti para PKL dan UMKM yang cenderung

memerlukan listrik diluar ruangan untuk kebutuhan dalam usaha yang dijalani.



Gambar 6. Opening *Motion graphic* SPLU “Scene 1 durasi 00:00:02”

Pada bagian *opening Motion Graphic* SPLU, animasi yang muncul pertama adalah kata “Halo Jakarta”. Dari kata Halo Jakarta tersebut, video motion ini sudah ditargetkan untuk menyapa masyarakat di daerah Jakarta. Huruf yang digunakan yaitu font sans serif dengan huruf tegas. Bentuk gerakan huruf yang tegas dan luwes ini membuat *motion graphic* tersebut tetap terlihat *corporate* seperti standar *corporate font* PLN yaitu Mriad Pro. Kemudian ditambahkan animasi garis putus-putus sebagai elemen tambahan. Warna font berwarna merah untuk menampilkan semangat, gairah.



Gambar 7. Ikon kota Jakarta *Motion graphic* SPLU “Scene 2 durasi 00:00:04”

Pada scene selanjutnya, terlihat setting perkotaan yang memunculkan gedung-gedung dan tugu Monas sebagai *point of interest*. Pemilihan warna kontras seperti warna merah, biru, dan jingga pada gedung dengan latar hitam dan tugu monas yang berwarna putih terlihat kontras dengan background abu-abu. Dari pemaknaannya, warna merah melambangkan sebuah semangat dan gairah. Warna biru melambangkan sebuah kesetiaan, keharmonisan dan warna putih melambangkan sebuah warna netral. Pada scene kedua ini, terdapat teks “Welcome to Jakarta” dengan font script yang terlihat modern. Semua elemen visual di lingkari dengan bentuk bulat agar adanya keselarasan dan kesatuan antar elemen. Background berwarna abu-abu dan ditambahkan elemen tambahan seperti simbol titik dan silang, sehingga *motion graphic* ini mempunyai keseimbangan.



Gambar 8. Ikon Makanan *Motion graphic* SPLU
“Scene 3 durasi 00:00:07”

Nasi goreng yang merupakan jajanan khas Jakarta yang terdiri dari telur ceplok, timun, tomat, dan kerupuk.

Warna nasi cenderung berwarna jingga kecoklatan yang melambangkan elegan, keseimbangan dan warna background berwarna hitam yang berartikan sebuah percaya diri. Pada animasi tersebut menampilkan sebuah parameter transform seperti *position* dan *scale*.



Gambar 9. Ikon PKL *Motion graphic* SPLU
“Scene 5 durasi 00:00:11”

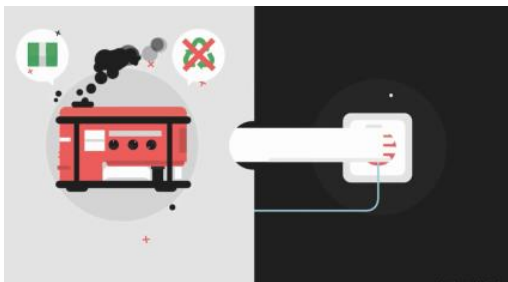
Motion graphic ini menampilkan ikon pedagang kaki lima dengan ikon yang sederhana. Ilustrasi manusia hanya menggunakan bentuk oval dan persegi panjang dengan ujung bulat sehingga menampilkan ilustrasi yang luwes. Warna cenderung berwarna biru muda dan background lebih kontras berwarna jingga yang melambangkan sebuah energi dan keseimbangan. Pada animasi tersebut menampilkan sebuah parameter transform yaitu *position* dan *scale*.



Gambar 10. Ikon stop kontak *Motion graphic* SPLU

“Scene 6 durasi 00:00:17”

Pada scene 6 ini menjelaskan tentang saluran listrik dari para PKL yang menyalur dari mana saja, dengan penambahan elemen tanda tanya dan simbol sengatan listrik untuk memperjelas pada scene ini. Background berwarna merah yang cenderung kombinasi warna putih menjadi kontras yang melambangkan sebuah kesemangatan, gairah, dan warna biru pada ilustrasi para PKL melambangkan sebuah keharmonisan, dan ketenangan. Animasi yang digunakan menggunakan scale, position.



Gambar 11. Ikon Genset dan Tangan menyalur listrik *Motion graphic SPLU* “Scene 8 durasi 00:00:37”

Pada scene 8, terdapat ikon genset yang sedang bergetar. Akibat pemakaian genset oleh para PKL menjadikan tidak ramah lingkungan hingga boros biaya karena menggunakan bahan bakar atau gas. Ikon recycle yang disilang menandakan bahwa genset tersebut tidak ramah lingkungan. Warna cenderung menggunakan warna abu-abu melambangkan sebuah kesederhanaan dan netral. dan warna hitam yang

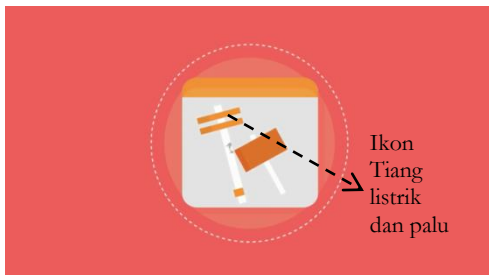
mengartikan warna yang kuat dan percaya diri. Animasi yang digunakan menggunakan *position, masking, dan scale*.



Gambar 12. Ikon pencuri *Motion graphic SPLU* “Scene 9 durasi 00:00:37”

Pada scene ini terdapat ikon pencurian listrik di tiang listrik berupa kepala bertopeng dan memakai topi kupluk. Pencurian ini mengakibatkan timbulnya bahaya karena dapat membuat jaringan listrik tidak stabil dan resiko sengatan listrik yang dapat mengancam nyawa. Hal tersebut divisualisasikan melalui ikon tengkorak. Pada scene ini terdapat kesatuan dan keseimbangan, proporsi persegi panjang dengan ujung melengkung namun tetap menimbulkan unsur bulat yang diberikan opacity kecil. Sehingga scene tersebut masih berkonsepkan lingkaran pada objek. Animasi yang diberikan menimbulkan irama atau gerakan dengan alur persegi. Background berwarna merah yang dikombinasikan warna putih menjadi kontras menimbulkan kesan semangat, gairah, dan warna biru dipadukan hitam pada ikon pencuri melambangkan sebuah kesan dingin, suram, egois, dan

jahat.



Gambar 13. Ikon tiang listrik *Motion graphic* SPLU “Scene 10 durasi 00:00:42”

Scene 10, menjelaskan mengenai akibat pencurian listrik yang dilakukan oleh pedagang kaki lima mengakibatkan kerusakan aset negara. Bentuk bahasa yang pada scene ini setelah diidentifikasi dengan teori Werner J. Severin, bahasa ini menggunakan bahasa seruan rasa takut atau disebut dengan fear appeal. Hal tersebut ditopang oleh adanya audio suara yang memberikan ancaman hukum tepat pada scene ini. Bahasa ini digunakan untuk membangkitkan rasa takut masyarakat dan PKL untuk tidak mencuri listrik, karena dapat merusak aset negara dan merugikan negara yang akan berujung pada ranah hukum. Bentuk animasi palu yang merusak tiang listrik untuk menjelaskan bagaimana kerusakan tiang listrik akibat pencurian listrik. Animasi palu menggunakan rotation. Background berwarna merah cenderung digunakan untuk menjaga konsistensi warna saat perpindahan dari scene sebelumnya. Hal ini akan sangat mempengaruhi kenyamanan saat melihat

motion graphic ini.



Gambar 14. Ikon Lampu *Motion graphic* SPLU “Scene 12 durasi 00:00:47”

Pada scene 12, terdapat ikon lampu yang bersinar yang dapat dimaknai sebagai munculnya ide atau solusi dari semua masalah kelistrikan umum yang muncul. Pada animasi ini terdapat efek animasi glow. Dengan memancarkan garis garis dan awan yang sedang berjalan menggunakan animasi position sebagai elemen tambahan untuk memperkuat kesan dan memanfaatkan ruang kosong. Background berwarna abu-abu memberikan kesan sederhana dan mudah (tidak ribet).



Gambar 15. Ikon SPLU *Motion graphic* SPLU “Scene 13 durasi 00:00:52”

Pada scene 13 ini, ilustrasi flat design digabungkan dengan gambar nyata SPLU kepada masyarakat dengan

dekorasi simbol listrik sebagai elemen tambahan untuk menambah kesan dan menjelaskan fungsi objek pada gambar. Bentuk awan digunakan untuk merespon ruang yang kosong sehingga terjadinya keharmonisan, kesatuan, dan keseimbangan. Tipografi yang digunakan menggunakan huruf sans serif. Animasi menggunakan position dan scale dari bawah ke atas. Background berwarna biru melambangkan sebuah ketenangan dan kepercayaan



Gambar 16. Ikon kWh meter *Motion graphic* SPLU

“Scene 14 dan 15 durasi 00:01:00”

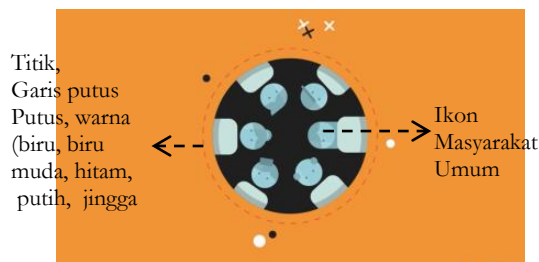
Pada scene 14 dan 15 ini terdapat kartu token listrik dan kWh meter, para PKL hanya membeli token listrik lalu masukan nomer token ke kWh meter tersebut. Terdapat unsur garis, bidang, warna putih, merah, hitam, jingga dan abu abu sebagai background pada scene ini. Background berwarna abu-abu

melambangkan kesederhaan . Animasi menggunakan position, scale, dan rotation.



Gambar 17. Ikon SPLU dan kegunaan *Motion graphic* SPLU “Scene 17 dan 18 durasi 00:01:19”

Pada scene 16 dan 17 ini terdapat wujud SPLU dari berbagai mesin yang mempunyai kapasitas berbeda dan manfaat lain dari SPLU untuk masyarakat umum. Ikon tersebut merupakan sepeda listrik, mobil listrik, charger handphone, mobil pelayanan masyarakat keliling dan kegunaan lainnya untuk fasilitas umum. Unsur visual terdapat garis, titik, bentuk, dan warna (biru muda, putih, merah, dan hitam) yang melambangkan sebuah kehangatan, energi, semangat, dan kesederhaan. Unsur perseptual terdapat kesatuan, keharmonisan dari berbagai macam warna yang menimbulkan motion graphic ini terlihat simpel dan trendy. Animasi yang digunakan menggunakan *position* dan *masking*.



Gambar 18. Ikon masyarakat umum

Motion graphic SPLU

“Scene 19 durasi 00:01:25”

Scene 19 ini menjelaskan mengenai masyarakat yang sudah mengenal SPLU agar memberi tahu kepada masyarakat lain untuk menggunakan SPLU. Terlihat dari ikon wanita dan pria dengan ilustrasi yang sederhana dan dinamis. Animasi ini menggunakan teknik *masking* dari lingkaran berwarna hitam dan muncul ikon masyarakat satu demi satu menggunakan *position* dan *masking*. Warna background jingga terlihat menjadi kontras namun masih memunculkan *point of interest* pada 6 ikon masyarakat yang melambangkan sebuah keseimbangan dan gairah.

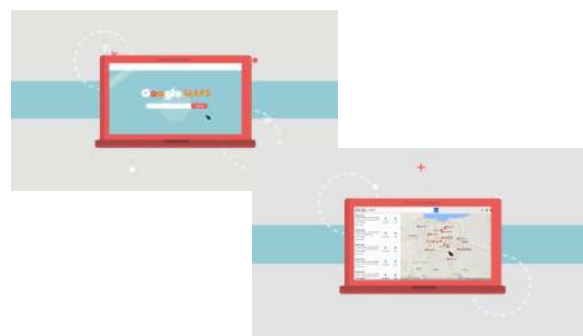


Gambar 19. Ikon Kantor PLN *Motion graphic* SPLU

“Scene 20 durasi 00:01:31”

Scene 20, menjelaskan bahwa masyarakat yang ingin menggunakan layanan SPLU untuk menghubungi

kantor PLN terdekat di wilayah DKI Jakarta. Ikon kota diberi logo PLN untuk memperjelas kota yang diilustrasikan dengan warna –warna kontras yaitu biru, merah, jingga. Background berwarna abu-abu melambangkan sebuah kesederhaan dan netral. Teknik animasi menggunakan *masking* dari lingkaran dan memunculkan gedung PLN menggunakan *position*.



Gambar 20. Ikon Layar Monitor *Motion graphic* SPLU

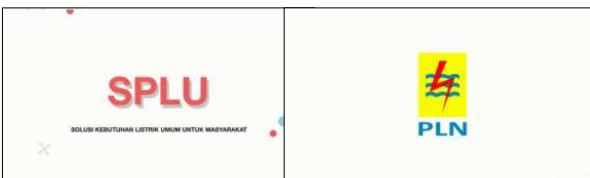
“Scene 21 durasi 00:01:41”

Scene 21 , menjelaskan SPLU dapat dicari di google map dengan memasukan keyword “SPLU PLN” maka lokasi SPLU PLN terdekat akan muncul. Pada scene terdapat unsur garis, titik, warna (merah, biru muda, abu-abu,putih) yang melambangkan sebuah kesederhaan dan semangat dari warna merah. Animasi ini menggunakan teknik *typewriter* pada teks “SPLU PLN” dan *position*.



Gambar 3.44 Ikon Tangan *Motion graphic* SPLU
 “Scene 22 durasi 00:01:44”

Scene 22, PLN Disjaya memberikan penjelasan bahwa SPLU digunakan untuk bersama sama. Maskud dari scene ini adalah SPLU yang telah dipasang dapat dipakai secara bersama yang dilambangkan dengan ilustrasi tangan yang memegang tablet, handphone, powerbank, dan laptop. Bakground berwarna hitam dapat dilambangkan menjadi warna yang kuat, penuh percaya diri dan warna biru melambangkan sebuah ketenangan dan merah melambangkan sebuah adanya kesemangatan dalam penggunaan SPLU secara bersama sama. Animasi menggunakan position dan background pada teks SPLU menggunakan circle motion.



Gambar 3.45 Logo SPLU dan PLN *Motion graphic* SPLU
 “Scene 23 dan 24 durasi 00:01:52”

Pada scene 23 dan 24 yang merupakan bagian closing dari *motion*

graphic ini, SPLU menampilkan sebuah *tagline* dengan teks “Solusi Kebutuhan Listrik Umum Untuk Masyarakat” yang dinaungi oleh PT PLN Disjaya. Tipografi tagline menggunakan teks sans serif. Animasi menggunakan *position* dengan menambahkan *speed* yaitu *ease in* dan *ease out*, *scale* pada transisi SPLU, dan *opacity* untuk menutup *motion graphic* ini. Warna background cenderung memakai warna putih melambangkan sebuah warna yang netral, bersih dan kebaikan.

Dari hasil analisis strategi visual *motion graphic* SPLU, gaya *flat design* adalah gaya utama dalam pembuatan video ini. Teknik *flat design* memiliki elemen visual yang sederhana dan visual tersebut dapat mempercepat proses komunikasi. Setelah diidentifikasi dari hasil pengelompokkan scene yang terdapat 17 Scene membahas permasalahan para PKL dan 7 scene membahas manfaat SPLU untuk masyarakat umum, telah diasumsikan bahwa video ini ditargetkan untuk pedagang kaki lima. Teknik flat desain yang sangat sederhana menjadi kurang dicerna oleh para PKL. Alhasil video ini tidak memiliki segmentasi yang jelas sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap gaya desain yang dipilih. Hal ini telah diidentifikasi dengan mewawancarai 5 para PKL yang berada di Meruya Jakarta Barat yang mengung-

kapkan bahwa 1 Orang memahami pesan *motion graphic* SPLU dan 4 Orang yang masih tidak puas dikarenakan ilustrasi gambar yang dipakai sangat sulit dicerna oleh para PKL.

b. Gaya Komunikasi Motion Graphic

Gaya komunikasi video ini setelah diidentifikasi berdasarkan sudut pandang teori Werner J. Severin, motion ini menggunakan gaya bahasa persuasi yang lebih terarah *fear appeal* menengah yaitu bahasa komunikasi masih menekankan suatu akibat yang telah terjadi pada suatu kegiatan yang terlihat pada scene 9 dan 10. Akibat terjadi pencurian listrik, gaya bahasa ini digunakan untuk memperlihatkan bahaya dari pencurian listrik, menyalur listrik dirumah warga yang mengakibatkan jaringan listrik tidak stabil dan merusak aset negara karena pencurian energi listrik di tiang listrik yang mengakibatkan kerugian dana penerangan publik milik negara dan dapat terjadinya arus pendek sehingga mengakibatkan kebakaran

Metode bahasa ini digunakan sangat efektif karena akan membangkitkan rasa takut kepada target audiens yaitu pedagang kaki lima. Teknik seruan rasa takut ini mengakibatkan adanya perubahan sikap kepada para PKL yang telah mencolok listrik yang

tidak mempunyai standar kelayakan listrik sehingga akan beralih menggunakan SPLU yang aman, mempunyai standar kelayakan dan ramah lingkungan. Namun, gaya bahasa ini belum efektif untuk dengan target masyarakat umum. Karena masyarakat umum hanya memerlukan sebuah bahasa ajakan yang dapat bermanfaat untuknya bukan sebuah ancaman.

c. Efektifitas Pemilihan Media Motion Graphic SPLU

Penyebaran media *motion graphic* ini melalui media situs *streaming* video di internet yaitu youtube.com. *Motion Graphic* dipublikasikan pada bulan September 2016 dengan 383 *views*, 4 *like*, dan nol komentar didalam *channel* youtube Sahabat PLN Jakarta. *Motion graphic* ini juga sebagai bahan persentasi PT PLN Disjaya untuk launching SPLU kepada masyarakat Jakarta.

Target sasaran merupakan hal terpenting dalam merancang sebuah desain. Target sasaran memiliki berbagai persepsi, sikap konsumen, model perilaku konsumen, strategi pemasaran dengan memerhatikan budaya, kelas sosial dan kelompok referensi dalam perilaku (Rama Kertamukni, 2015)

Berdasarkan target audiens *motion graphic* SPLU dari PLN sendiri tidak

memiliki segmentasi yang jelas akan pemakaian video ini yang dijelaskan oleh Director Agency Red Indonesia yaitu Derian Andries, namun setelah diidentifikasi dari hasil deskripsi terdapat total 24 scene *motion graphic* SPLU yang terbagi menjadi 17 scene menjelaskan permasalahan yang ada di pedagang kaki lima dan 7 scene menjelaskan kelebihan lain dari SPLU untuk masyarakat umum. Hal ini dapat diasumsikan bahwa *motion graphic* SPLU ditujukan kepada pedagang kaki lima.

Dengan hal tersebut maka penyebaran *motion graphic* SPLU melalui media streaming youtube kurang efektif karena target audiens pada *motion graphic* ini ditujukan untuk para pedagang kaki lima yang memiliki kecenderungan sehari-hari melakukan aktifitas dalam kegiatan usahanya.

d. Kekurangan dan Kelebihan Motion Graphic SPLU

Secara konsep, pesan yang disampaikan dari *motion graphic* SPLU ini telah tersusun secara singkat dan jelas melalui *voice over* atau *dubbing* mengenai sebuah inovasi listrik umum diluar ruangan yang bisa dipakai untuk para PKL,UMKM bahkan masyarakat umum dapat menggunakannya. Namun target *motion graphic* SPLU dari PLN sendiri

sebagai user, tidak memiliki segmentasi yang jelas akan pemakaian video ini, sehingga hal ini dapat berdampak pada pemilihan teknik gaya desain yang dibuat serta pemilihan media penyebaran untuk *motion graphic* ini. Gaya visual *flat design* yang cenderung gaya sederhana, trendy, dan minimalis tidak cocok dengan target para PKL . Teknik ini juga memiliki elemen visual yang menggunakan ikon minimalis dengan penyederhanaan visual sehingga kurang dicerna oleh para PKL. Hal ini telah diidentifikasi dengan mewawancarai 5 para PKL yang berada di Meruya Jakarta Barat yang mengungkapkan bahwa 1 Orang memahami pesan *motion graphic* SPLU dan 4 Orang yang masih tidak puas dikarenakan ilustrasi gambar yang dipakai sangat sulit dicerna oleh para PKL. Namun *motio graphic* ini menambahkan sebuah *dubbing* untuk memperjelas hasil visual yang telah dibuat untuk para pedagang kaki lima.

F. KESIMPULAN

Motion graphic SPLU memiliki konsep yang singkat dan jelas mengenai pesan yang ingin disampaikan melalui *voice over* atau *dubbing* bahwa PT PLN Disjaya mempunyai alternatif listrik umum yang aman dan legal sehingga para PKL atau UMKM tidak mencolok listrik sembarangan yang menyebabkan kerugian aset

negara bahkan membahayakan para masyarakat. Namun target utama audiensnya yang merupakan pedagang kaki lima belum menyimbolkan elemen elemen visual yang sesuai dengan target audiens karena elemen visual yang digunakan menggunakan teknik *flat design* dengan bentuk-bentuk yang sederhana sehingga tidak mudah dicerna oleh pedagang kaki lima. *Motion graphic* ini menambahkan sebuah *voice over* atau *dubbing* untuk memperjelas hasil visual yang diberikan sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh para PKL. Bentuk bahasa yang digunakan oleh *motion graphic* SPLU ini, setelah diidentifikasi dengan teori Werner J. Severin memakai bahasa seruan rasa takut atau disebut dengan *fear appeal*. Bahasa ini untuk membangkitkan rasa takut masyarakat PKL untuk menggunakan SPLU karena mencuri listrik dapat merusak aset negara hingga merugikan negara yang berujung pada ranah hukum dan bahasa ini sangat efektif untuk menyadarkan para PKL.

Penyebaran *motion graphic* SPLU hanya dipublikasikan di streaming internet yaitu youtube dan sebagai bahan persentasi untuk launching SPLU. Tentunya para pedagang kaki lima dengan kecenderungan sehari hari berwirausaha lebih memikirkan usaha yang dimiliki sehingga kurang aktif dalam

menggunakan jejaring streaming internet. Hal ini dapat dilihat dari 383 orang yang melihat *motion graphic* ini di chanel Sahabat PLN Jakarta.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Andri Masri. 2010. *Strategi Visual*. Jogjakarta: Jalasutra.
- Bagus Made Bayu Suwirya (2011). *Desain Komunikasi Visual dalam usaha mempromosikan POP Harris Hotel di Jalan Teuku Umar No. 74A Denpasar-Bali*. Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali
- Craig, James. (1990), *Production for The Graphic Designer*. Watson-Guptill, Michigan.
- Cresswell, John W.(2010) *Research Design Edisi 3*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Danger, Eric P. (1992), *Memilih Warna Kemasan*. Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Denzin, Noman K. & Yvonna S.Lincoln.(2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Endaraswara, Suwardi. (2006), *Metodologi Penelitian Kebudayaan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Endraswara, Suwardi. (2003). *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta, Gadjah Mada University.
- Goodwin, Charles. "Practices of Seeing, Visual Analysis : An Ethnomethodological Approach". UCLA
- Herbert Zettl. 2009. *Sight Sound Motion*. Canada: Nelson
- Hamzah Dwi Putra, Muhammad (2014). *Perancangan Komunikasi Visual Kampanye "Tanam Jakarta" Oleh Jakarta Berkebun*. Bina Nusantara, Jakarta.

- Imam Satria Putra Sukarno (2008) *Perancangan Motion Graphic Ilustratif Mengenai Majapahit Untuk Pemuda – Pemuda*. Institut Teknologi Bandung, Bandung.
- Kuerh, Rudolph. (1955). *The Book of Sign*. Penerbit:_____
- Kusrianto, Adi. (2004), *Tipografi Komputer untuk Desainer Grafis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Lestari, Hengky. “Perancangan Visual Permainan Kartu “Matahari Indonesia” Untuk Memperkenalkan Tari Tradisional Nusantara Kepada Kaum Muda Di Indonesia”. Universitas Bina Nusantara Indonesia
- Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia. 2013. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Linda M. R. Gurning dan Talita Leoni Rizkitysha (2017). *Analisis Desain Komunikasi Visual Pada Station Id Trans Media Group*. Universitas Trisakti, Jakarta.
- Nugroho, Eko. (2008), *Pengenalan Teori Warna*. Andi Offset. Yogyakarta
- Norma Amaliah, Achmad Yanu Alif Fianto, Sigit Prayitno Yosep (2015). *Perancangan Media Promosi Pt Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan*. Institut Bisnis dan Informatika, Surabaya.
- Panofsky, Erwin. “*Meaning in the Visual Arts*”. The University of Chicago Press. Chicago
- Sachari, Agus. (2003). *Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa: Desain, Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya*. Bandung: PT Gelora Aksara Pratama.
- Sachari, Agus. (2005), *Pengantar Metodologi Penelitian*, Erlangga, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan & Hary Lubis. (2007), *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumardjo, Jacob. (2000), *Filsafat Seni*, ITB, Bandung.
- Van Leeuwen, Theo & Carey Jewitt. “*Visual Analysis Handbook*”. SAGE Publishing. London
- Werner J. Severin. 2008. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- www.splu-pln.com
- <https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/press/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=4dkkT7HDKz8&t=6s>

