

ANALISIS HASIL EVALUASI REMAJA GENERASI Z DI KARANGASEM TERHADAP NARASI VISUAL ANIMASI 2D “MENGUNGKAP AKAR PERADABAN KARANGASEM”

Wina Pertiwi Putri Wardani¹, I Nyoman Larry Julianto^{2*} dan I Wayan Swandi³

^{1,2,3}Program Studi Desain Program Magister, Institut Seni Indonesia Denpasar,
Jalan Nusa Indah Denpasar, Bali 80235, Indonesia
E-mail: larryjulianto@isi-dps.ac.id

Received: 30 July 2022

Revised: 23 January 2023

Accepted: 30 January 2023

Abstrak : Penggunaan internet sebagai sumber informasi sangat akrab dengan Generasi Z sehingga diperlukan model pembelajaran yang dapat memenuhi keinginan Generasi Z sebagai audiens. Mengetahui respon audiens dari Generasi Z terhadap narasi visual video animasi 2D dengan studi kasus animasi berjudul “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” dan topik edukasi budaya oleh Balai Arkeolog Bali perlu dicari tahu. Video animasi tersebut sebagai salah satu media interaksi dan informasi dari hasil penelitian arkeologi dengan upaya memperkokoh khasanah budaya bangsa dan pendidikan karakter bangsa untuk masyarakat. Penggunaan video animasi diyakini dapat membantu pembelajaran tetapi sejauh mana visual video animasi dapat diterima audiens perlu ditelusuri, tindakan metodologis melalui penelitian ini menjadi salah satunya. Metodologi penelitian ini adalah kualitatif, bersumber pada observasi, wawancara, dokumentasi dan literatur. Hasil penelitian ini ditemukan tiga respon audiens: *posisi hegemonik dominan, negosiasi dan oposisi*. Didominasi oleh tipe *posisi negosiasi* yang disebabkan karakteristik Generasi Z (FOMO, realistis, dan *phigital*). Posisi *Negosiasi* dapat berpeluang memicu keingintahuan Generasi Z untuk belajar lebih mendalam mengenai budayanya. Hal yang perlu diwaspadai adalah tipe *oposisi* sebab dapat membentuk representasi baru yang mengakibatkan bias narasi. Pemicunya adalah kebosanan yang disebabkan oleh faktor internal (karakteristik Generasi Z dengan perhatian yang singkat) dan faktor eksternal (variasi audio serta berat visual yang kurang akibat kontras *value* yang dimaksudkan untuk keseimbangan dan kesatuan).

Kata kunci: animasi, bias narasi, generasi Z, narasi visual

Abstract : *The use of the internet as a source of information is very familiar to Generation Z, so a learning model that can meet the desires of Generation Z as an audience. Knowing the audience's response from Generation Z to the visual narration of a 2D animated video with an animated sample entitled " Mengungkap Akar Peradaban Karangasem " and the topic of cultural education by the Bali Archaeology Center needs to be investigated. The animated video is a medium of interaction and information from the results of archaeological research with an effort to strengthen the nation's cultural treasures and national character education for the community. The use of animated videos is believed to help to learn, but to what extent animated video visuals can be*

accepted by the audiences needs to be explored, and methodological action through this research is one of them. This research methodology is qualitative, sourced from observation, interviews, documentation and literature. This study found three audiences' responses: dominant hegemonic position, negotiated, and oppositional. It is dominated by the type of negotiated position caused by the characteristics of generation Z (FOMO, realistic, and phigital). Negotiated positions can have the opportunity to trigger the curiosity of Generation Z to learn more about their culture. The thing to watch out for is the type of oppositional position because it can form new representations that result in narrative bias. The trigger is boredom caused by internal factors (characteristics of generation Z with short attention) and external factors (audio variety and lack of visual weight due to contrast values intended for balance and unity).

Keywords: *animation, narrative bias, generation Z, visual narrative*

PENDAHULUAN

Mengetahui respon audiens dari Generasi Z terhadap narasi visual video animasi 2D dengan studi kasus animasi berjudul “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” dan topik edukasi budaya oleh Balai Arkeolog Bali adalah tujuan penelitian ini. Respon adalah sebuah patokan dari sebuah pesan dalam media komunikasi visual dapat dikatakan komunikatif dan efektif (Julianto, 2019). Video animasi berjudul “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” adalah salah satu media yang dibuat Rumah Peradaban sebagai interaksi dan wadah informasi hasil penelitian arkeologi dengan upaya memperkuat khasanah budaya bangsa serta pendidikan karakter bangsa untuk masyarakat dan pendidikan. Animasi yang mengandung unsur budaya mampu membentuk persepsi ciri khas animasi Indonesia pada audiens dalam dan luar negeri (Wikayanto et al., 2019).

Konsumsi internet tertinggi oleh masyarakat dipergunakan untuk mengakses sosial media dengan skala kepentingan 3,35 atau 98,02% yang berarti penting (APJII, 2022). Akses yang paling tinggi adalah Youtube dan menjadi peringkat pertama sebesar 88% (Simon, 2020). Video animasi ini ditayangkan pada *channel* Youtube Balai Arkeolog Bali pada 30 Agustus 2021. Penayangan video animasi di Youtube memiliki jangkauan target audiens yang luas, tetapi

target dalam penelitian ini difokuskan pada responden remaja SMA di Karangasem. Alasan remaja SMA di Karangasem ditetapkan menjadi responden karena usia yang cukup besar (remaja akhir) dan wilayah yang sama dengan objek video. Representasi maupun simbol yang dipergunakan dalam visual animasi lebih memungkinkan untuk dimengerti pada audiens di wilayah bersangkutan. Simbol adalah objek sosial dalam interaksi yang dipergunakan sebagai perwakilan dan komunikasi yang ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya (Joel M Charon-1979 dalam interaksi simbolik Muhid & E.Wahyudi, 2020). Pengalaman dan pengetahuan audiens digunakan untuk menerjemahkan pesan naratif dalam wujud audio visual (Eko Saputro & Haryadi, 2021).

Desain yang bertujuan memberi *awareness* perlu memperhatikan karakteristik audiens (remaja SMA) untuk pendekatan menyampaikan informasi (Octavia & Fadilla, 2017). Menurut David Stillman dan Jonatan Stillman karakter Generasi Z terdiri dari tujuh karakter yaitu *phigital*, *hyper-custom*, *realistic*, *fear of missing out (FOMO)*, *weconomists*, *do it yourself (DIY)* dan *driven* (didorong) (Stillman & Stillman, 2017). Pada penelitian ini penulis menemukan tiga dari tujuh karakteristik Generasi Z pada remaja SMA sebagai audiens video animasi “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” yaitu *phigital*, *realistic*, dan *fear of missing out (FOMO)*. Realistis dalam kehidupan sehari-hari serta memiliki rasa takut/terancam akan kehilangan sesuatu yang telah dimiliki. *Phigital (physical plus digital)* adalah perpaduan antara fisik dan digital. *Phigital* pada cara remaja Generasi Z berinteraksi, hidup, dan belajar menjadi landasan pengajaran untuk remaja (Rakhmah, 2021). Remaja tidak hanya menonton animasi “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” di Youtube tetapi dapat mencari sumber informasi tambahan baik dari buku atau destinasi wisata secara langsung ke lokasi situs. Penggabungan ini dapat dilakukan untuk memperluas pemahaman tentang materi. Pembelajaran tidak hanya sekedar menghafal. Memori seseorang juga

terkait dengan proses konstruktif yang dimulai dari berbagai pengalaman, ekspektasi dan pengetahuan budaya yang telah dimiliki sebelumnya (Bartlett dalam Porter, 2020).

Animasi dinilai mampu mendukung penyampaian materi pembelajaran. Visual dalam konteks pendidikan juga bermanfaat untuk menarik minat serta penyampaian informasi dengan lebih singkat. Ilustrasi berperan menarik minat generasi muda khususnya pelajar dan remaja (Budiman & Cahyafitri 2020). Solusi lain adalah jenis ilustrasi dinamis antara ilustrasi dan animasi dapat menggabungkan keunggulan keduanya sehingga memiliki ruang komunikasi yang lebih nyaman serta bidang aplikasi lebih luas. Membuat ilustrasi, bentuk seni kuno, memancarkan vitalitas baru dan berkembang menjadi bentuk ekspresi pelopor komunikasi visual kontemporer (Zhou dan Xu, 2018).

Animasi yang menarik selama ini dilihat sebatas visualnya sehingga perlu menelusuri lebih jauh mengenai konten yang berfokus pada narasi yang didukung visual. Narasi visual menjadi fokus penelitian ini sehingga perlu mencari tahu tentang implementasi animasi khususnya dua dimensi dan strateginya. Penelitian Ratih Suryani bersama rekan yang membahas implementasi animasi dua dimensi pada iklan layanan masyarakat sebagai sosialisasi penyakit DBD. Sebuah video animasi 2D dengan tujuan sosialisasi DBD dapat menyampaikan pesan ketika disusun melalui proses editing menarik untuk dapat dimengerti masyarakat (Suryani et al., 2019). Jika animasi tersebut bertujuan mengenalkan sesuatu seperti situs, peneliti mempertanyakan respon yang dihasilkan audiens. Desainer dalam hal ini konten kreator juga mempunyai *mental representation* tersendiri dan kemungkinan tidak selalu sama dengan audiens (Julianto et al., 2016).

Kedua adalah penelitian Mezia Kemala Sari mengenai peranan pemilihan strategi dan stilistika dalam iklan di televisi. Strategi dan stilistika iklan memiliki peran penting dalam penyampaian pesan. Tidak lupa memperhatikan target

pasar dalam penentuan strategi dan stilistika karena stilistika sebagai cara menganalisis ekspresi khas dan kajian mengenai tujuan pembuat tapi juga efek yang dirasakan audiens (Sari, 2016). Tidak hanya dalam video iklan TV, penerapan strategi yang memperhatikan target audiens dapat juga dipergunakan pada media pembelajaran video animasi.

Berdasarkan studi referensi yang telah dilakukan, termasuk dua penelitian yang dipaparkan, belum ada penelitian yang berfokus membahas keberhasilan penggunaan animasi 2D yang estetis secara visual dalam menangkap perhatian audiens, termasuk meneliti resepsi atau proses dan kualitas respon dari audiens sesuai dengan konsep dan tujuan perancangan. Mengingat visual animasi bergaya *flat design* yang sederhana, ilustrasi dua dimensi tanpa *shadow* dan *light* sehingga diasumsikan dapat membantu memberikan stimulus dan pengalaman estetis secara sederhana dalam proses pembelajaran. Penggunaan animasi 2D sebagai gaya visual sekaligus strategi komunikasi penting dan menarik untuk diketahui berdasarkan respon remaja SMA yang memasuki kategori Generasi Z (*phigital, realistic, fear of missing out (FOMO)*).

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif yang dipergunakan menekankan pada pengamatan fenomena dan substansi makna fenomena yang diteliti. Analisis yang dihasilkan nanti sangat berpengaruh pada kekuatan kalimat yang digunakan dan berfokus pada prosesnya dan pemaknaan (Mohamed, Abdul Majid & Ahmad dalam Ardianto, 2019) . Metode pengumpulan data bersumber pada observasi, wawancara semi terstruktur, dokumentasi dan literatur baik daring maupun luring dengan menggunakan prosedur pengumpulan data dalam periode waktu tertentu. Sumber utama penelitian adalah observasi video animasi 2D berjudul "Mengungkap Akar Peradaban Karangasem", tanggapan dari remaja

berkarakteristik Generasi Z (*Phigital, realistic, fear of missing out, dan driven*) sebagai target utama video animasi 2D dengan ruang lingkup pendidikan responden pada jenjang SMA di Karangasem. Responden remaja SMA di Karangasem menjadi sampel penelitian karena lebih utama memperkenalkan situs melalui video animasi 2D “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” pada generasi di sekitar situs/tinggalan. Jenjang SMA juga dinilai memiliki kemampuan komunikasi yang lebih dibandingkan jenjang sekolah lainnya. Respon yang ingin ditelusuri adalah mengenai kepuasan dan sejauh mana pemahaman responden setelah menonton tayangan video animasi 2D “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem”.

Animator yang sudah berpengalaman selama tujuh tahun dan terlibat dalam pembuatan video animasi 2D “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” turut dimintai keterangan oleh peneliti. Data dokumentasi dalam bentuk *google form* yang ditujukan kepada remaja di Karangasem dijadikan sebagai validitas dengan tipe pertanyaan terbuka. Jumlah responden remaja di Karangasem untuk penelitian ini adalah 79 orang. Sumber data lain adalah dokumentasi acara destinasi pendidikan rumah peradaban 2021 dari Balai Arkeologi Bali di Youtube, artikel serta sumber kepustakaan terkait animasi, ilustrasi *flat design*, media pembelajaran baik dari buku, artikel, dan web. Dokumentasi acara destinasi pendidikan rumah peradaban 2021 dari Balai Arkeolog Bali di youtube menjadi sumber data karena didalamnya terdapat visi misi dari program rumah peradaban. Animasi 2D menjadi luaran dan pembelajaran, menggantikan *tour* secara langsung ke lokasi mengingat situasi pandemi yang mengharuskan *social distancing*.

Ada dua tipe pertanyaan yang diajukan yaitu untuk mengetahui respon keberhasilan penggunaan animasi 2D yang estetis secara visual dalam menangkap perhatian dan respon sampel penelitian terhadap konsep serta tujuan perancangan. Tipe pertama terdiri dari tiga pertanyaan untuk mengetahui

respon keberhasilan penggunaan animasi 2D yang estetis secara visual dalam menangkap perhatian audiens. Pertanyaan ini juga didasari elemen visual yang nampak pada animasi seperti warna, image, tipografi, layout, *form* dan *space*.

Tabel 1 Pertanyaan respon keberhasilan penggunaan animasi 2D yang estetis secara visual

NO	Pertanyaan	Pilihan
1.	Bagaimana tanggapan terhadap gambar, warna, tulisan, layout dan animasinya ?	sangat tidak suka = nilai 1 tidak suka = nilai 2 cukup = nilai 3 suka = nilai 4 sangat suka = nilai 5
2.	Bagaimana tingkat kejenuhan saat menonton? jika ada dimenit keberapa? Pertanyaan ini diajukan mengingat karakter Generasi Z yang memiliki <i>short attention span</i> akibat cepatnya informasi digital.	uraian singkat
3.	Lebih menyukai full ilustrasi, foto atau kombinasi foto dan ilustrasi? Pertanyaan ini untuk kembali menguji apakah bisa diterima atau tidaknya gaya flat desain yang dikabarkan menjadi tren, animasi sebagai media pembelajaran dan karakter Generasi Z yang menyukai hal realistis.	Pilihan : a. ilustrasi b. Foto c. kombinasi foto dan ilustrasi

Sumber : dokumentasi pribadi

Pertanyaan tipe kedua untuk menguji respon sampel penelitian terhadap konsep serta tujuan perancangan terdiri dari empat pertanyaan. Pertanyaan disesuaikan dengan isi konten animasi 2D “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” untuk membuat media edukasi dalam bentuk animasi lebih baik lagi sehingga sesuai anak SMA dengan karakteristik Generasi Z (FOMO, realistis, dan *phigital*).

Tabel 2 Pertanyaan respon sampel penelitian terhadap konsep serta tujuan perancangan

NO	Pertanyaan	Pilihan
1.	Pemahaman terhadap gambar dan materi yang ditampilkan.	sangat tidak mengerti = nilai 1 tidak mengerti = nilai 2 cukup = nilai 3 mengerti = nilai 4 sangat mengerti = nilai 5
2.	“Manakah yang merupakan tinggalan megalitik di Karangasem yang dijelaskan pada video animasi ?”	a) Prasasti Bugbug, Prasasti Jung Hyang, Prasasti Tumbu, satu Arca Leluhur Bhatara dan tiga Arca Leluhur Bhatari di Pura Puseh Tumbu. b) 11 Tahta batu di Pura Yeh Santi, 23 struktur batu dan bangunan gerbang dari susunan batu bata sebagai tinggalan megalitik di Pura Batan Cagi, tinggalan megalitik di Desa Tenganan yang terkait Legenda Kuda Uncesrawa dan bagian tubuhnya. c) salah semua. d) 23 Tahta batu di Pura Yeh Santi, 11 struktur batu dan bangunan gerbang dari susunan batu bata sebagai tinggalan megalitik di Pura Batan Cagi, tinggalan megalitik di Desa Tenganan yang terkait Legenda Kuda Uncesrawa dan bagian tubuhnya.
3.	“Manakah yang merupakan tinggalan sejarah di Karangasem yang dijelaskan pada video animasi ?”	a) prasasti Bugbug, prasasti Jung Hyang, prasasti Tumbu, 1 Arca leluhur bhatara dan 3 arca leluhur bhatari di Pura Puseh Tumbu. b) 23 tahta batu di Pura Yeh Santi, 11 struktur batu dan bangunan gerbang dari susunan batu bata sebagai tinggalan megalitik di Pura Batan Cagi, tinggalan megalitik di Desa Tenganan yang terkait Legenda Kuda Uncesrawa dan bagian tubuhnya. c) benar semua. d) Tahta batu, prasasti, arca, arsitektur puri, Taman Ujung, Tirta Gangga.
4.	“Kerajaan Karangasem berdiri pada abad ke-17. Setelah menonton animasi tersebut, bisakah menceritakan sedikit mengenai perkembangan Kerajaan Karangasem?”. Pertanyaan terakhir adalah esai singkat.	Isian singkat

Sumber : dokumentasi pribadi

Setelah mendapatkan data, peneliti menggunakan analisis resepsi yang difokuskan pada proses *decoding* dan hasil dapat dikategorikan berdasarkan posisi audiens dengan model *encoding-decoding* Stuart Hall (Tunshorin, 2016).

Hall membagi menjadi tiga sudut pandang yaitu *dominant – hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. *Dominant – hegemonic position* berarti ketika audiens merasakan kode tersebut mendominasi. Biasanya audiens akan sepenuhnya terkena pengaruh terhadap informasi yang disampaikan. Berbeda dengan *negotiated position*, audiens menerima informasi namun menindaklanjuti dengan pengecualian berbeda sehingga disebut negosiasi. *Oppositional position* adalah posisi audiens menerima namun bertolak belakang dari yang disampaikan.

Analisis pada video animasi juga dikaitkan dengan karakteristik dari remaja Generasi Z sebagai audiens yang khususnya remaja dari demografi Karangasem. Akan sangat disayangkan apabila konten pembelajaran yang bermanfaat serta menarik ternyata masih memiliki beberapa kekurangan dalam menyampaikan pesan khususnya untuk Generasi Z yang memiliki *short attention span*. *Short attention span* ditandai dengan tidak memiliki kesabaran untuk menunggu dan langsung ingin tahu tujuan pesan secara cepat. Pemicu *short attention span* dikarenakan cepatnya informasi yang meminta perhatian pengguna membuat *audiens* yang termasuk Generasi Z menjadi lebih selektif dengan apa yang mereka konsumsi. Menurut penelitian dan survei yang dilakukan Microsoft di tahun 2015, perhatian seseorang menjadi lebih singkat. Di tahun 2000 waktu untuk menarik atensi seseorang adalah 12 detik dan pada tahun 2013 menjadi 8 detik (Duquette, 2018).

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Remaja Generasi Z Terhadap Narasi Visual Animasi 2D

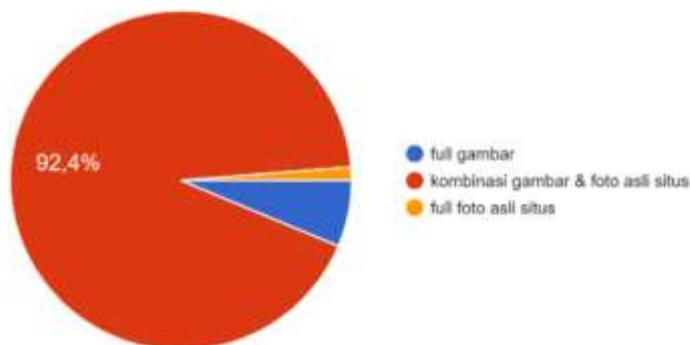
Remaja Generasi Z di Karangasem sebagai audiens memiliki ketertarikan dengan materi yang disampaikan pada animasi 2D "Mengungkap Akar Peradaban Karangasem". Berdasarkan hasil kuesioner mengenai respon keberhasilan

penggunaan animasi 2D yang estetis secara visual dalam menangkap perhatian audiens, animasi 2D “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” yang ditampilkan memiliki warna, ilustrasi, tipografi, dan keseluruhan layout yang sangat menarik. Ilustrasi berperan menarik minat generasi muda khususnya pelajar dan remaja (Prodi Desain Grafis et al., 2020). Ditambah lagi dengan ilustrasi dinamis pada animasi.

Pemikiran Generasi Z dengan setiap aspek fisik memiliki kesetaraan digital atau bisa disebut karakter *phigital* membuat anak SMA di Karangasem dapat menerima pembelajaran melalui narasi visual animasi yang ditayangkan di Youtube. Animasi sebagai media pengenalan mengenai akar peradaban di Karangasem dapat menjadi alternatif dari destinasi wisata langsung dari Program rumah peradaban yang dilakukan Balai Arkeologi Bali, mengingat program ini sedikit terkendala karena *social distancing* saat pandemi Covid-19. Manusia menjadi lebih terbuka terhadap fantasi-fantasi yang akhirnya berubah menjadi simulasi. Penggunaan *smartphone* secara tidak sadar menjadikan penggunanya pengguna simulasi (Faturohman, 2022).

Selain sebagai pengguna aktif terhadap teknologi digital dengan kecenderungan pengguna simulasi, generasi ini juga memiliki kecenderungan menyukai hal yang realistis. Remaja Generasi Z berkarakter realistis dengan pola pikir pragmatis dalam hal perencanaan dan persiapan masa depan (Stillman & Stillman, 2017). Remaja tertarik dengan situasi asli dan berpendapat animasi yang mengedukasi sangat baik untuk generasi penerus agar lebih menghargai budaya sendiri. Sebagian besar responden remaja SMA memberikan saran untuk menggunakan kombinasi ilustrasi dan foto asli situs pada penyampaian materi animasi. Kedepannya untuk membuat media berupa video alangkah lebih baik animasi dikombinasikan dengan foto sehingga semakin sampai kepada tujuan untuk memperkenalkan situs/tinggalan. Menurut audiens, sedikit sulit jika memperkenalkan sebuah situs hanya melalui penyederhanaan visual

(penggunaan *flat design*) sebab yang mereka perlukan adalah tahu rupa asli dari situs tersebut. Bukti pemberian responden dapat dilihat pada Gambar 1 terkait data responden dalam memilih visualisasi.



Gambar 1 Data responden dalam memilih visualisasi
Sumber: dokumentasi penulis

Bagi peneliti memilih visualisasi kombinasi bukanlah suatu kekurangan. Sebaliknya menjadi kesempatan yang dapat menarik minat audiens untuk lebih mengenal sejarah serta budaya daerahnya. Penggunaan gaya visual *flat design* dengan penyederhanaan visual obyek pada animasi 2D memiliki peluang untuk merangsang keingintahuan lokasi dan artefak yang dibahas. Audiens dapat mencari informasi dari media lain seperti buku atau replika. Destinasi wisata secara langsung ke situs-situs terkait yang ada di sekitar wilayah mereka dapat dijadikan alternatif lain. *Fear of missing out (FOMO)* yang merupakan rasa ketakutan akan kehilangan apapun, dapat dilihat dari pendapat remaja SMA yang mendukung perlunya pengenalan dan pelestarian terhadap situs/tinggalan walaupun dengan bantuan video animasi.

Encoding Dan Decoding Animasi 2D

Encoding adalah proses penerjemahan pesan oleh kreator menjadi tanda yang memiliki makna. *Encoding* dalam animasi 2D ini berupa visual (warna, *image*, tipografi, *layout*, *form* dan *space*) dan audio (vokal, musik serta *sound effect*) yang

disusun sehingga menjadi sebuah narasi yang berjudul “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem”. Visual yang dipergunakan menggunakan gaya *flat design*.



Gambar 2 Gaya flat design dalam animasi “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem”
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=PhrBU5E2qTA>

Pemilihan gaya oleh pembuat dikarenakan waktu pengerjaan yang singkat dan dirasa dapat disukai remaja. *Flat design* adalah gaya visual yang memiliki karakteristik desain yang bersih, sederhana tanpa *shadow* serta *light* pada gambar 2, ilustrasi berupa dua dimensi dan warna yang cerah. Keunggulan *flat design* adalah menekankan fungsi terhadap pengguna dan waktu pengerjaan yang singkat. *Flat design* mencapai popularitasnya di 2013, bersama Apple dengan penggunaan antarmuka iOS 7 (Wiranata, 2020). Karakteristik 2D dalam animasi tidak semata mata diperuntukkan untuk anak kecil, penggunaannya dapat diperuntukkan umum semua usia. Menurut Walt, “Animasi menawarkan medium mendongeng dan hiburan visual yang memberikan kesenangan dan informasi bagi orang-orang berbagai usia di berbagai tempat di dunia.” (Probo, 2015). Audio berperan untuk mendukung informasi yang disampaikan. Vokal menyampaikan informasi lebih detail, musik serta *sound effect* untuk hiburan dan menguatkan kesan yang ingin disampaikan. Misal untuk kesan suasana alam dengan *sound* kicau burung yang mendukung setting tempat di alam terbuka.

Sound memungkinkan penyampaian informasi nonverbal tidak hanya visual (Nugraha, 2019).

Tabel 3 Struktur narasi video animasi

<i>Sequence</i>	<i>Scene</i>
1.	Logo dan judul
2.	Perkenalan karakter
3.	Perkenalan setting lokasi
4.	Dimulainya peradaban
5.	Peninggalan megalitik di Karangasem - tenganan
6.	Pura yeh santi
7.	Pura batan cagi
8.	Situs terkait legenda kuda oncesrawa
9.	Prasasti bugbug
10.	Prasasti jung hyang
11.	Prasasti tumbu
12.	Arca leluhur di pura puseh tumbu.
13.	Perjalanan Kerajaan Karangasem
14.	Arsitektur Puri di Karangasem
15.	Taman Ujung
16.	Tirta Gangga
17.	Penutup
18.	<i>rolling credit</i>

Sumber: dokumentasi penulis

Tabel 3 menunjukkan struktur video animasi 2D berjudul “Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” terdiri dari tiga bagian yaitu prolog, konten dan epilog. Prolog sebagai pembuka berisi logo instansi yang menjadi produsen video animasi, perkenalan karakter narator dan perkenalan lokasi (latar tempat) narasi. Konten (isi) terdiri dari tiga sub utama yaitu peninggalan megalitik di Karangasem, peninggalan sejarah di Karangasem yang dimulai dari ditemukannya tulisan dan sejarah singkat perkembangan kerajaan Karangasem sampai dengan peninggalannya yang masih ada saat ini. Terakhir adalah epilog yang berisi salam perpisahan, kesan dari narator dan informasi dari instansi serta para kreator yang berkontribusi dalam pembuatan animasi 2D.

Setiap *sequence* video animasi terdiri dari beberapa *scene* yang detailnya dapat dilihat dalam Tabel 3 mengenai Struktur narasi video animasi. Animasi yang berdurasi 7 menit 52 detik ini memiliki banyak *scene* yang narasinya dapat berdiri sendiri. Hal ini berarti juga bahwa nilai informasi *sequence* termasuk kategori terpolaris (menyebarkan), khususnya pada bagian konten satu-tiga. *Framing* setiap *sequence* sebagian besar juga kategori maksimum terkoneksi. Visual yang ditampilkan sesuai yang dinarasikan dan point utama informasi cukup kontras menggunakan ukuran, warna, animasi dan repetisi.

Decoding adalah proses pemaknaan yang dilakukan audiens setelah melihat *encoding* yang dibuat produser. *Decoding* dapat bermacam-macam tergantung dari masing-masing audiens. Pesan yang ingin disampaikan pembuat dapat dimaknai menjadi bermacam sudut pandang. Proses pemahaman konsep sebuah visualisasi simbol merupakan hasil 'negosiasi' antara *mental representation* pelaku representasi dan *mental representation* audiens (Julianto et al., 2016). *Decoding* menurut Stuart Hall dikategorikan menjadi tiga kategori pemaknaan yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position* dan *oppositional position* (Tunshorin, 2016). Berdasarkan sudut pandang Stuart Hall, penulis dapat menganalisis apa yang menjadi kekurangan, kekuatan, serta peluang dari media komunikasi visual berupa animasi 2D.

Dari hasil ditemukan tiga respon utama, mirip dengan kategori yang diungkapkan Stuart Hall. Respon pertama adalah remaja yang tertarik dan menerima pesan dengan baik dari narasi visual video animasi 2D yang disampaikan. Sebagian besar audiens tertarik dengan animasi 2D baik dari visual (ilustrasi, warna, tipografi, layout, form and space) dan audio (*vocal*, musik, dan *sound effect*). Ketiga jawaban juga dijawab sesuai narasi yang disampaikan animasi. Respon pertama menurut Hall dikategorikan *dominant hegemonic position*. Audiens menerima sepenuhnya apa yang disampaikan tanpa adanya kritikan atau penolakan.

Respon kedua adalah audiens yang tertarik tetapi menyampaikan beberapa

kritikan baik dari segi visual yang menginginkan kombinasi ilustrasi serta foto dan audio yang kurang bervariasi. Respon kedua ini bisa dikatakan mendominasi karena banyaknya audiens yang memberi masukan untuk kombinasi foto dan ilustrasi. Tidak perlu khawatir dengan respon negosiasi yang mendominasi. Hal ini dikarenakan karakter dari audiens Generasi Z yang memiliki keingintahuan lebih terhadap hal yang menarik perhatiannya atau karakter *fear of missing out* (FOMO) dan juga bersifat realistis. Keingintahuan memungkinkan audiens mencari informasi lebih dari media informasi lain atau langsung melakukan destinasi wisata ke lokasi situs untuk lebih realistis dan tidak hanya mendapatkan informasi dari internet (karakter *phigital*). Respon kedua termasuk kategori *negotiated position*. Audiens menerima pesan yang disampaikan tetapi kadang menentang sesuai cara pandang, pengalaman maupun minat.

Respon ketiga adalah adanya kebosanan menonton dan memungkinkan audiens tidak lanjut menonton animasi. Kebosanan terjadi pada menit kedua-ketiga, pengukuran ini didasarkan pada parameter respon kuesioner dengan pertanyaan tipe kedua dan peneliti mencoba untuk menjabarkannya melalui metode kualitatif. Pada struktur narasi durasi tersebut sedang menyampaikan konten kedua yang membahas peninggalan sejarah di Karangasem. Peninggalan sejarah dimulai dengan ditemukannya tulisan sehingga banyak membahas tentang prasasti. Kebosanan disebabkan oleh dua faktor yaitu eksternal dan internal. Kebosanan secara eksternal terjadi akibat banyaknya materi yang disampaikan dan kurangnya berat visual pada visual animasi serta variasi audio pada tayangan. Berat visual diperlukan di setiap bagian elemen penyusun visual (*warna, image, tipografi, layout, form* dan *space*) agar terdapat perbedaan yang jelas. Jika memiliki berat visual yang sama dapat mengakibatkan kemonotonan (Rustan, 2020:56). *Sequence* dua-tiga atau konten satu-dua sudah memiliki *salience* maksimum yang dibuat dengan kontras ukuran, animasi, repetisi dan warna. Tampilan *sequence* dua dapat dilihat pada Gambar 3. Kurangnya adalah kontras warna yang dipergunakan

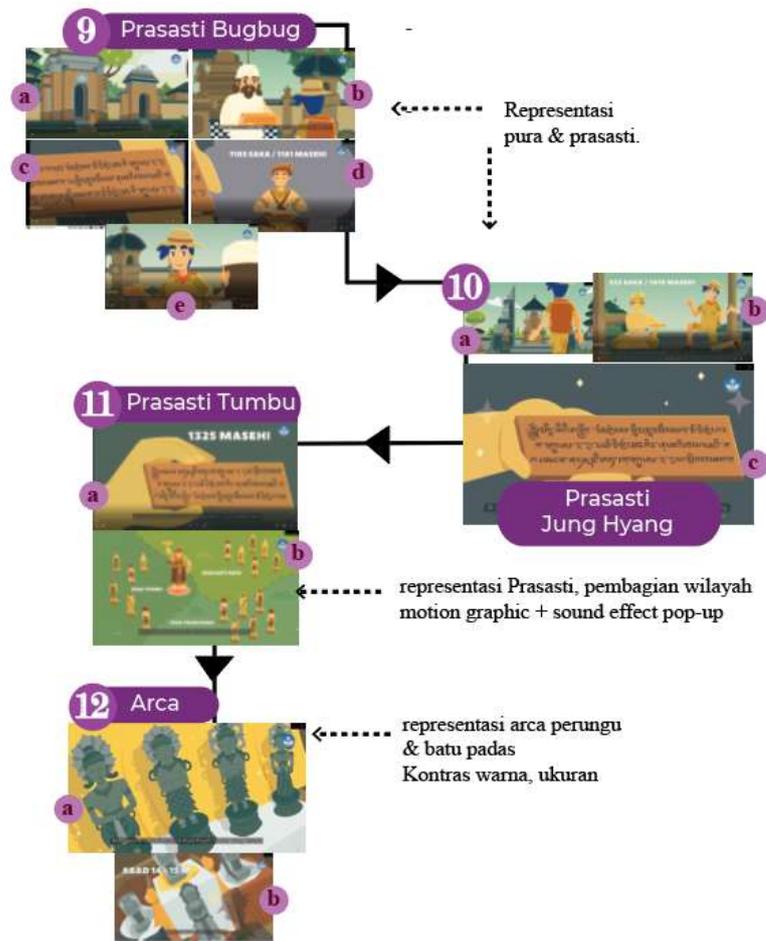
adalah bertipe *value*. Kontras *value* didapat dari perbandingan gelap (hitam) dan terang (putih) (Rustan, 2019).



Gambar 3 Konten satu – *sequence* dua – peninggalan megalitik di Karangasem
Sumber: dokumentasi penulis

Penggunaan kontras warna ini dimaksudkan membuat tampilan menjadi seimbang serta menyatu sehingga indah dipandang tetapi ternyata bagi Generasi Z yang memiliki *short attention span* justru mengakibatkan kebosanan. *Short attention span* dari Generasi Z termasuk kedalam faktor internal yang mengakibatkan kebosanan. Cepatnya informasi yang berlomba meminta perhatian pada pengguna internet membuat audiens menjadi lebih selektif menyaring informasi. Audiens dari Generasi Z tidak memiliki kesabaran untuk menunggu. Pada tahun 2000, waktu untuk menarik perhatian seseorang sebesar 12 detik dan pada tahun 2013 menjadi 8 detik (Duquette, 2018). Kebosanan membuat audiens berhenti menonton dan memicu terjadinya bias narasi. Sesuai dengan

materi keseluruhan yang membahas akar peradaban Karangasem, audiens yang merasa bosan justru memahaminya sebagai penjelasan mengenai sejarah prasasti. Pembahasan mengenai prasasti dibahas pada konten kedua, sequence ketiga yang dapat dilihat pada Gambar 4. Bias narasi pada respon ketiga dipicu oleh efek resensi. Efek resensi adalah kemampuan mengingat lebih baik pada bagian akhir (Porter, 2020). Respon ketiga bisa dikategorikan *oppositional position*. *Oppositional position* adalah posisi audiens menerima namun bertolak belakang dari yang disampaikan. Posisi audiens yang mengembangkan interpretasi yang berbeda dari kode yang disampaikan .



Gambar 4 Konten dua – sequence tiga – peninggalan sejarah di Karangasem
Sumber: dokumentasi penulis

Jika dibandingkan dengan kedua penelitian sebelumnya yaitu penelitian Mezia Kemala Sari (Sari, 2016) dan penelitian Suryani (Suryani et al., 2019), kedua penelitian tersebut hanya membahas sebatas strategi komunikasi melalui visual dari video. Penelitian Mezia Kemala Sari (Sari, 2016) fokus pada manfaat proses *editing* animasi 2D Kampanye DBD untuk memperoleh kemudahan penyampaian informasi. Sedangkan penelitian Suryani, Ratih Saputra, Herlambang Sutrisman, Adi (Suryani et al., 2019) mencari tahu efek penentuan strategi melalui stilistika dari video iklan televisi. Tidak terdapat pembahasan lebih lanjut mengenai respon audiens secara langsung setelah menonton dan seberapa besar keberhasilan persuasif video iklan.

Pada kajian “Respon Remaja Generasi Z terhadap Narasi Visual Animasi 2D” Mengungkap Akar Peradaban Karangasem” ini, penulis berusaha untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai respon yang timbul setelah menonton tayangan dari video animasi. Penulis menjabarkan bahwa terdapat tiga jenis *feedback* audiens. Pertama audiens yang suka dan tertarik terhadap video animasi yang membahas tentang peradaban di daerahnya, Karangasem. Kedua adalah respon posisi negosiasi, audiens menyukai tetapi tidak sepenuhnya menerima konten dalam animasi. Hal itu disebabkan karakteristik Generasi Z yaitu FOMO, realistis dan *phigital*. Audiens menginginkan visualisasi yang menggunakan kombinasi ilustrasi *flat design* dengan foto yang menampilkan realistik keadaan situs. Hal ini juga menjadi peluang dan strategi untuk destinasi pariwisata. Keingintahuan dapat memicu audiens untuk mengunjungi situs. Respon ketiga adalah tipe oposisi, audiens tidak memiliki ketertarikan pada video animasi. Penyebabnya secara internal dipicu oleh karakter Generasi Z yang memiliki perhatian singkat atau cepat bosan. Faktor eksternalnya adalah terlalu banyak konten yang disampaikan dan kurangnya kontras *value* yang mempertimbangkan keseimbangan dan kesatuan keindahan visual. Kurangnya ketertarikan pada video membuat audiens tidak

selesai menonton video animasi dan hal ini menyebabkan terjadinya bias narasi. Ingatan audiens terpatri pada bagian awal atau akhir yang mereka tonton.

KESIMPULAN

Beragam respon remaja dengan karakteristik Generasi Z terhadap narasi visual animasi 2D yang berjudul "Mengungkap Akar Peradaban Karangasem". Dikategorikan menjadi tiga kelompok menurut Stuart Hall yaitu *dominant hegemonic position, negotiated position dan oppositional position*. Audiens sangat tertarik dengan animasi 2D yang ditampilkan baik segi visual maupun audio yang membawakan informasi berkaitan dengan sejarah serta budaya. Pesan yang ingin disampaikan dengan animasi telah sampai pada audiens. Terdapat audiens yang merasa kurang puas dengan tampilan visual yang tidak menggunakan foto asli tetapi hal tersebut juga memiliki peluang memancing rasa keingintahuan audiens terhadap lokasi yang direpresentasikan dengan *flat design*. Keingintahuan dapat dilanjutkan dengan pencarian informasi di internet atau dengan destinasi wisata secara langsung. Tidak semua audiens menunjukkan respon positif ada juga yang sebaliknya yaitu rasa kebosanan. Respon audiens yang merasakan kebosanan dapat bersumber dari karakteristik Generasi Z yang memiliki *short attention* dan pengaruh visual yang kurang memiliki berat visual. Kebosanan di tengah menyimak animasi dapat mengakibatkan terjadinya bias narasi yang ingin disampaikan pembuat.

Tidak menyimak keseluruhan narasi visual yang ditampilkan membuat audiens mengingat bagian awal atau akhir yang ditontonnya. Mengingat dengan baik pada bagian awal disebut efek primasi dan mengingat dengan baik pada bagian akhir disebut efek resensi. Pada penelitian ini kebosanan terjadi di menit dua-tiga yang membahas mengenai peninggalan sejarah dan terjadilah efek resensi dengan bias narasi visual mengenai sejarah prasasti bukan informasi secara utuh mengenai akar peradaban Karangasem. Diharapkan penelitian ini

dapat menginspirasi penelitian lainnya yang terkait desain komunikasi visual ataupun animasi sebagai media pembelajaran. Fokus penelitian ini adalah remaja dengan latar belakang pendidikan SMA dan kedepannya diharapkan adanya penelitian lain dengan target audiens yang berbeda sehingga merancang media pembelajaran video animasi untuk cakupan segmentasi yang lebih luas.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Pelaksanaan penelitian tidak lepas dari pihak-pihak yang membantu dan mendukung yaitu para guru dan siswa SMA di daerah Karangasem. Peneliti mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada narasumber yang mau meluangkan waktunya yaitu Ngurah Yudha yang merupakan seorang animator. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada jurnal Demandia sebagai wadah untuk menyalurkan ide-ide penelitian ilmiah dan diharapkan tulisan yang penulis buat dapat memberikan referensi bagi jenis penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*.
- Ardianto, Y. (2019). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html>
- Duquette, E. (2018). Attention spans. *American Literary History*, 30(4), 788–798. <https://doi.org/10.1093/alh/ajy035>
- Eko Saputro, G., & Haryadi, T. (2021). Pemanfaatan film pendek dokumenter sebagai media edukasi pelestarian kura-kura cuora amboinensis.

- Demandia*, 06(01), 148–165. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.3465>
- Faturohman, A. R. (2022). Simulacra in mobile legends. *Smaratungga: Jurnal of Education and Buddhist Studies*, 2(1), 57–69. <https://doi.org/10.53417/sjeb.v2i1.72>
- Julianto, I. N. L. (2019). Nilai Interaksi Visual Dalam Perkembangan Medium Komunikasi Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 26–30. <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/249>
- Julianto, I. N. L., Jodog, M., & Santoso, I. (2016). Nilai Interaksi Simbol Tradisi dalam Wujud Pelinggih pada Ruang Publik. *Panggung*, 26(1), 24–34. <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i1.159>
- Muhid, A., & E.Wahyudi, W. (2020). *Interaksi Simbolik*. MADANI kelompok Intrans Publishing.
- Nugraha, P. M. (2019). Penerapan Sound Effect dengan Gaya Hyperreality pada Film Fiksi "Malam Minggu Kliwon." *Program studi Televisi dan Film*, 2.
- Octavia, D., & Fadilla, A. N. (2017). Pencegahan Kanker Serviks Terhadap Remaja Wanita Di Kota Jakarta. *Demandia*, 2(2), 200–215.
- Porter, A. (2020). *segala sesuatu yang perlu anda ketahui tentang psikologi*. PT Gramedia.
- Probo, V. (2015). *Walt Disney, Segunung Kreativitas Sang Pionir Animasi*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20151205161057-220-96191/walt-disney-segunung-kreativitas-sang-pionir-animasi>
- Budiman & Cahyafitri, R. (2020). Illustration Book Design of The Dumai Folklore "Legend Of The Seven Princesses". *PJAE*, 17 (10), 3592–3614.
- Rakhmah, D. N. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* pskp.kemdikbud.go.id.
<https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>

- Rustan, S. (2019). *warna* (1 ed.). PT Lintas Kreasi Imaji.
- Rustan, S. (2020). *Layout 1*. CV Nulisbuku Jendela Dunia.
- Sari, M. K. (2016). Peranan Pemilihan Strategi Dan Stilistika Dalam Iklan Di Televisi. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.24821/rekam.v11i1.1290>
- Simon, K. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work: How The Next Generation is Transforming the Workplace*. harper collins publishers.
- Suryani, R., Saputra, H., & Sutrisman, A. (2019). Implementasi Animasi 2D pada Iklan Layanan Masyarakat sebagai Sosialisasi Penyakit DBD. *Rekam*, 15(2), 153–166. <https://doi.org/10.24821/rekam.v15i2.3330>
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1191>
- Wikayanto, A., Grahita, B., & Darmawan, R. (2019). Unsur-Unsur Budaya Lokal dalam Karya Animasi Indonesia Periode Tahun 2014-2018. *Rekam*, 15(2), 83–102. <https://doi.org/10.24821/rekam.v15i2.3003>
- Wiranata, C. (2020). *Mengenal Flat Desain, Ini Segala Hal yang Perlu Kalian Tahu!* solusiprinting. <https://solusiprinting.com/mengenal-flat-desain-ini-segala-hal-yang-perlu-kalian-tahu/#:~:text=Flat design adalah gaya desain,tajam%2C dan ilustrasi dua dimensi>.
- Zhou, W., & Xu, D. (2018). *The Application and Advantages of Dynamic Illustration in Illustration Design*. 163(Meici), 1158–1161. <https://doi.org/10.2991/meici-18.2018.233>