

SOSIALISASI CUKAI DAN ROKOK ILEGAL MELALUI PERANCANGAN ANIMASI *EXPLAINER* DI KABUPATEN SIDOARJO

Bagus Imam Syafi'i Assauqi¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
bagus.18089@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstrak

Era digital merubah beberapa cara interaksi masyarakat yang konvensional menuju pada sistem yang mengandalkan internet. Perancangan animasi *explainer* sebagai media sosialisasi untuk menjelaskan peran bea cukai dalam menangani pemberantasan rokok ilegal sebagai bentuk upaya meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap rokok ilegal yang mengakibatkan kerugian negara. Tujuan perancangan karya ini untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat yang awam mengenai cukai dan rokok ilegal yang diwujudkan dalam bentuk animasi *explainer* 2D. Perancangan animasi *explainer* ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Penciptaan karya ini dilakukan berdasarkan hasil dari proses penelitian awal yaitu wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Dari analisis data, tema konsep yang diusung oleh Direktorat Bea dan Cukai yaitu "Gempur Rokok Ilegal" pada tahun ini tentunya sangat mendukung penulis untuk membuat perancangan karya animasi *explainer* sebagai bentuk sosialisasi massal dalam bentuk video digital. Hasil perancangan ini berupa video *explainer* sebagai media sosialisasi untuk mengedukasi masyarakat tentang cukai dan mengurangi peredaran rokok ilegal di Kabupaten Sidoarjo.

Kata Kunci: video *explainer*, animasi, media informasi, rokok ilegal, Bea Cukai

Abstract

The digital era has changed several conventional ways of community interaction towards a system that relies on the internet. The design of the explainer animation written in this article is motivated as a medium of socialization to explain the role of customs in dealing with the eradication of illegal cigarettes as an effort to increase public awareness of illegal cigarettes that cause state losses. This artwork is created to deliver information regarding the customs and illegal cigarettes to people who are still unfamiliar with the issue, which are realized in the form of animations and 2D explainers. In designing explainer animation, the method used is through a qualitative approach which includes discovery, script, storyboard, animation, and delivery. The creation of this work was carried out based on the results of the initial research process, namely interviews, documentation and literature studies. From the data analysis, the concept theme that was carried out by the Directorate of Customs and Excise, namely "Illegal Cigarette Attack" this year, surely supports the author in designing explainer animation artwork as a form of mass socialization in the form of digital videos. The result of this design is in the form of an explainer video as a medium of socialization to educate the public about excise duty and reduce the circulation of illegal cigarettes in Sidoarjo.

Keywords: *explainer video, animation, information media, illegal cigarettes, Customs Excise*

PENDAHULUAN

Peredaran rokok ilegal di masyarakat menjadi salah satu bentuk tindak kejahatan yang masih perlu diperhatikan karena mudah kita temui tanpa kita sadari. Akibat dari penyakit masyarakat ini kerugian negara naik hingga milyaran rupiah, yang oleh karena itu peredaran rokok di Indonesia dibutuhkan kendali oleh pihak yang berwenang yaitu Direktorat Jendral Bea dan Cukai serta Pemerintah Daerah. Menurut Kementerian Keuangan Direktorat Bea dan Cukai (2015), cukai adalah pungutan negara yang dikenakan terhadap barang-barang tertentu yang mempunyai sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam undang-undang cukai, sedangkan menurut kamus besar bahasa indonesia pengertian cukai adalah pajak atau bea yang dikenakan pada barang impor dan barang konsumsi.

Cukai berbeda dengan pajak, hal ini dilihat dari fungsi cukai sebagai pengendalian dan hanya berlaku untuk barang-barang tertentu yang bersifat berbahaya, selain itu pengenaan cukai dilakukan oleh direktorat jenderal bea dan cukai. Pajak sendiri berfungsi sebagai sumber pemasukan keuangan negara dan berlaku untuk seluruh produk yang diperjual belikan, pengenaan pajak juga dilakukan oleh direktorat jenderal pajak. Pengendalian barang yang dikenai cukai telah diatur dan dijelaskan pada undang-undang Nomor 39 Tahun 2007.

Penjelasan sifat dan karakteristik barang yang dikenai cukai yaitu barang yang konsumsinya perlu dikendalikan, peredarannya perlu diawasi sebagai barang yang pemakaiannya dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat atau lingkungan hidup dan barang yang pemakaiannya perlu pembebanan pungutan negara demi keadilan dan keseimbangan. Jenis barang yang dikenai cukai terbagi menjadi 3, yakni ethanol atau etil alkohol, minuman yang mengandung alkohol, dan tembakau.

Firman (2021) yang dikutip dari laman bea cukai menjelaskan bahwa maraknya peredaran rokok ilegal di tengah masyarakat mengakibatkan penerimaan negara di bidang cukai berkurang dan berimbas pada kesejahteraan rakyat. Terutama dibidang tembakau dan rokok, hal itu dikarenakan penerimaan dari rokok akan

digunakan sebagai Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBHCHT) di setiap daerah. DBHCHT sangat berperan penting dalam pembiayaan di berbagai sektor, seperti sektor kesehatan, penegakan hukum, dan kesejahteraan petani maupun pekerja di sektor industri hasil tembakau (beacukai.go.id, 2021).

Selain rokok ilegal merugikan negara, adapun beberapa hal yang perlu ditekankan sebagai alasan rokok ilegal perlu diberantas. Pertama rokok ilegal tidak memiliki izin dari bea cukai yang mana produk tersebut belum melalui standar kesehatan sehingga tidak dijelaskan dengan tepat kandungan persentase bahan yang berbahaya (adiktif) pada rokok tersebut sehingga komposisi bahan yang digunakan tidak bisa dipertanggungjawabkan. Kedua, harga rokok ilegal yang murah menjadikan persaingan tidak sehat di pasar, hal itu terjadi karena selisih harga antara rokok legal dan ilegal terbilang tinggi mencapai 50 persen. Padahal, usaha rokok legal menjadi salah satu penopang penerimaan negara dari pajak cukai dan pajak pertambahan nilai produk (Astuti, 2021). Pasal yang mengatur tentang hukum peredaran rokok ilegal tertera pada pasal 54 Undang-undang No 39 Tahun 2007 tentang Cukai, barang siapa yang menawarkan atau menjual rokok polos atau rokok tanpa cukai terancam pidana penjara 1 sampai 5 tahun, dan atau pidana denda 2 sampai 10 kali lipat dari nilai cukai yang harus dibayar.

Kusdianto (2021) menyatakan pada sosialisasi bidang cukai ke-3 tahun 2021, seperti diketahui peredaran rokok illegal di Kabupaten Sidorajo pada saat ini tinggi yang bisa disimpulkan berapa kerugian negara pada saat ini, untuk itu kita harus hati-hati agar tidak menggunakan rokok ilegal, Bapak-bapak agar bisa memilih-memilah dan mengetahui mana yang rokok illegal dan mana yang rokok legal, maka dari itu tindakan sosialisasi kepada masyarakat perlu dilakukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat agar peredaran rokok ilegal bisa ditekan terutama terhadap produsen dan penjual rokok. Pantjoro Agoeng (dalam Hiru, 2021), selaku kepala kantor Bea Cukai Sidoarjo menyatakan pada Jumat (29/10/2021) untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai pemberantasan dan gempur rokok ilegal, Bea

Cukai Sidoarjo melakukan dua cara dalam merealisasikan tindakannya. Cara pertama yaitu dengan kegiatan preventif dan edukatif seperti sosialisasi, kedua dengan kegiatan yang bersifat represif seperti penindakan. Penjelasan tentang peraturan yang mengatur tentang cukai telah banyak tersedia di berbagai media internet baik berupa blog, artikel dan website serta beberapa tindakan sosialisasi langsung pada masyarakat.

Sosialisasi umumnya dilakukan melalui media langsung dan sosial media internet. Konten sosialisasi di media internet terbagi menjadi berbagai macam bentuk, seperti teks, gambar, video, maupun gabungan diantaranya. Masing-masing konten memiliki kelebihan dan kekurangan, contohnya adalah teks statis yang mempunyai *engagement* rendah akibat kurangnya minat baca masyarakat Indonesia. Hal ini diperkuat oleh pernyataan dan data dari UNESCO yang menyatakan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, yakni hanya 0,001% atau dapat dikatakan dari 1,000 orang Indonesia, cuma 1 orang yang rajin membaca (Devaga, 2017), sedangkan konten audio visual memiliki *engagement* yang cenderung lebih tinggi, terutama dengan penetrasi internet yang sudah baik di wilayah Sidoarjo.

Dari elaborasi permasalahan di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa audio visual memiliki *engagement* yang lebih besar daripada teks statis. Salah satu bentuk dari media audio visual yaitu video animasi, sehingga pada tulisan ini peneliti merancang animasi untuk media sosialisasi cukai dan rokok ilegal di Kabupaten Sidoarjo melalui media animasi *explainer*. Apa itu animasi *explainer*? Animasi *explainer* yaitu sebuah animasi (objek bergerak) 2 dimensi maupun 3 dimensi yang berupa video dan bermaksud mengomunikasikan suatu informasi atau menjelaskan suatu hal/peristiwa tertentu. Definisi tersebut sesuai dengan pernyataan Angus & McKibbon (2014), yang mengartikan video *explainer* sebagai salah satu media yang menyajikan informasi secara singkat yang menjelaskan tentang suatu produk, jasa, program atau apa pun dengan melalui gambar gerak, karakter dan narasi.

Berdasar latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini diangkat untuk

memberikan informasi kepada masyarakat melalui perancangan video animasi *explainer* tentang cukai dan rokok ilegal dapat diterima dengan baik oleh seluruh elemen masyarakat Sidoarjo. Sasaran utama pada perancangan ini adalah masyarakat Sidoarjo terutama pengusaha rokok, penjual dan pembeli (produsen dan konsumen rokok) agar tidak muncul oknum-oknum baru penyebaran rokok ilegal. Selain itu sosialisasi ini juga sebagai upaya pemerintah menyosialisasikan kinerja pihak bea cukai serta mengajak masyarakat mengantisipasi dan turut berperan mengurangi peredaran rokok ilegal. Tujuan dari pembuatan animasi *explainer* sebagai bentuk sosialisasi cukai dan rokok ilegal ini yaitu untuk menyebarkan informasi dengan menjangkau masyarakat lebih luas di wilayah Kabupaten Sidoarjo, sebagai bentuk alternatif dan solusi mengedukasi masyarakat dalam memahami tentang cukai dan peredaran rokok ilegal di wilayah Sidoarjo untuk mengurangi peredaran rokok ilegal dalam kondisi pandemi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni metode kualitatif. Menurut Gunawan (2013), metode penelitian ini ditujukan untuk memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Untuk proses desain yang digunakan yakni metode menurut Angus & McKibbon (2014) meliputi *discovery, script, storyboard, animation, dan delivery*. Metode ini merupakan metode yang umum digunakan untuk menghasilkan sebuah *explainer* video animasi yang efektif dan informatif.

Metode Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian kualitatif, Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Perancangan ini dibutuhkan data pendukung berupa:

1. Data Primer yang didapatkan melalui wawancara dengan Anita Yudi Jayanti, S.Sos selaku Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo untuk

mendapatkan data-data yang mencakup ketentuan cukai dan rokok ilegal dari Direktorat Jendral Bea dan Cukai Kabupaten Sidoarjo yang kemudian dianalisis untuk di representasikan dalam bentuk visual.

2. Data Sekunder yang didapatkan melalui dokumentasi dan studi literatur pada media e-journal, e-book, serta artikel yang membahas tentang animasi, media informasi, unsur desain pada animasi serta cukai dan rokok ilegal sebagai acuan pembuatan berbagai elemen pada animasi yang akan diterapkan pada animasi *explainer* sosialisasi cukai dan rokok ilegal di Kabupaten Sidoarjo.

Metode Analisis Data

Setelah data cukup didapat dan dikumpulkan, tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah analisis data, yang dalam perancangan ini penulis menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perancangan animasi *explainer* ini dalam menyampaikan informasi sosialisasi cukai dan rokok ilegal sehingga mendapatkan hasil yang optimal. Menurut Munir (2011), Analisis SWOT adalah proses pengambilan keputusan strategis yang dikaitkan dengan masalah misi, tujuan, strategi dan kebijakan dengan memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Faktor-faktor itu secara garis besar dapat dikelompokkan dalam 4 kategori yang disebut sebagai Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*). Dalam menganalisis terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi optimalisasi penampaian informasi pada animasi *explainer* tersebut ditentukan dengan aspek yaitu *strengths* (Kekuatan), *weakness* (Kelemahan), *opportunities* (Peluang) dan *threats* (Ancaman).

KERANGKA TEORITIK

Video Animasi Sebagai Media Sosialisasi

Video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik (Munir, 2020). Oleh karena itu video merupakan alat yang

sangat relevan digunakan pada bentuk pembelajaran sebagai alternatif dari pembelajaran langsung, dengan menggunakan konsep yang sama yakni audio dan visual sehingga proses pembelajaran atau penyampaian informasi pada masyarakat yang tingkat minat bacanya rendah dapat diterima dengan cukup baik. Media komunikasi merupakan tempat yang paling banyak dikembangkan dari berbagai aspeknya, mulai dari penggunaan cara penyampaian, alat, dan bahan yang akan digunakan untuk merealisasikan bentuk informasi tertentu kepada masyarakat. Media sosialisasi yang digunakan untuk memberikan informasi pada perancangan media animasi *explainer* ini merupakan salah satu pengembangan dari media audio visual.

Animasi adalah beberapa gambar yang sebenarnya mati, tidak bergerak dan statis kemudian disusun secara berkala dan beraturan sehingga menciptakan seolah seperti gerakan. Menurut Blair (1994), animasi adalah proses menggambar atau memotret karakter orang, hewan, atau benda mati dengan posisi yang berurutan untuk menciptakan gerakan yang seolah-olah hidup. Dalam arti bahasa animasi berasal dari bahasa latin yaitu *Anima* yang artinya jiwa, hidup, dan semangat, sedangkan karakternya adalah manusia, hewan maupun objek nyata lainnya yang bisa dituangkan dalam bentuk gambar 2D maupun 3D. Dengan demikian animasi dapat diartikan sebagai objek atau gambar yang seolah-olah hidup, hal ini disebabkan oleh kumpulan gambar tersebut yang berubah secara beraturan dan bergantian pada saat ditampilkan. Objek tersebut dapat berupa tulisan, bentuk benda, warna, dan grafik ataupun efek-efek lainnya.

Penelitian terdahulu yang memiliki konsep sejenis pernah dilakukan sebelumnya yaitu: "Perancangan Sosialisasi Animasi *Explainer* Mencegah Perpecahan Milenial Pasca Pemilu 2019 di Surabaya." yang dilakukan oleh Hafist Huddin Wahyu Widyanto salah satu mahasiswa DKV di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Perancangan tersebut juga mengarah pada bentuk sosialisasi melalui animasi yang hasilnya adalah video animasi *explainer* sebagai media sosialisasi untuk mencegah perpecahan bangsa dikalangan milenial pasca pemilu 2019 di Surabaya.

Sosialisasi Digital pada Masyarakat Milenial

Sosialisasi merupakan proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial (Maclever, 2013). Sosialisasi pada umumnya memiliki 2 manfaat yaitu manfaat bagi individu dan kelompok. Pada proses sosialisasi baik individu maupun kelompok muncul sebuah interaksi dan komunikasi sehingga menghasilkan suatu informasi yang baru dengan demikian pengetahuan dan literasi yang dimiliki dapat bertambah. Pengertian sosialisasi secara arti luas merupakan suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan manusia sejak lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat.

Sosialisasi digital mempunyai berbagai bentuk media yang disajikan, media tersebut dibagi menjadi 2, yaitu media statis dan media dinamis. Media statis biasanya dapat berupa media yang tidak bergerak berisi teks, gambar, maupun teks dan gambar seperti melalui media koran, pamflet, poster sedangkan untuk media dinamis dapat berupa video, animasi, *motion graphic*, dan media interaktif.

Penggunaan jejaring sosial dan media internet di era 4.0 tidak dapat dipungkiri dengan banyaknya media informasi yang sudah beranjak dari media konvensional cetak merambah ke dunia digital. Contohnya pada media informasi koran, pada era 1990-an koran merupakan media informasi yang berupa lembaran kertas yang dicetak, namun seiring perkembangan zaman industri koran atau perusahaan bergerak pada industri informasi hampir seluruhnya sudah memiliki bentuk informasi digitalnya masing-masing baik berupa website maupun aplikasi yang dapat diakses dengan mudah.

Penggunaan flat desain pada character Animasi *Explainer*

Flat design merupakan bentuk dari 2 dimensi yang secara garis besar *flat design* memiliki karakter yakni bentuk datar, warna yang solid, minimalis, dan penyederhanaan bentuk dari aslinya. Penggunaan *flat design* sebagai unsur utama visual pada perancangan animasi *explainer* merupakan fungsi dari kejelasan penyampaian pesan karena

memberikan kesan sederhana, namun masih elegan. Perancangan animasi *explainer* ini membutuhkan beberapa komponen visual sebagai objek yang akan ditayangkan pada animasinya, komponen tersebut diantaranya terdapat karakter orang, latar belakang, grafik, benda-benda pendukung, dan teks.

Gaya perancangan animasi *explainer* yang berkarakter *flat design* lebih cocok untuk digunakan dengan kombinasi unsur teks, dan grafik animasi lainnya karena unsur 2 dimensi yang saling berhubungan dalam visual akan menciptakan konsep irama dan keseimbangan. Berkembangnya gaya desain pada saat ini menjadikan gaya *flat design* sangat populer berkembang di masyarakat, karena *flat design* memberikan gambaran futuristik. Didukung oleh pernyataan Adolf Loos (1908) yang terdapat pada buku *Desain dan Kebudayaan*, Widagdo (2011:173) dalam tulisan Loos yang berjudul *Ornament and Crime*, yang menyatakan bahwa pemakaian ornamen menyalahi perkembangan kebudayaan yang cirinya adalah semakin beradab manusia identik dengan semakin meninggalkannya usaha untuk menghias diri dan lingkungan hidupnya dengan ornamen. Sehingga dapat disimpulkan gaya desain yang semakin minimalis dan simpel merupakan cara bagaimana modernisasi dalam kehidupan.

Animasi *Explainer* merupakan hasil kolaborasi dari video animasi dan *explainer* video. *Explainer* diadopsi dari kata yang berasal dari bahasa Inggris “*explanation*” yang artinya penjelasan. Video seperti pada umumnya yang kita ketahui merupakan suatu media yang menggabungkan suara atau audio dan gambar atau foto yang bergerak, sedangkan animasi seperti yang telah simpulkan di atas yaitu suatu gambar mati yang berubah dan ditampilkan secara beraturan sehingga membuat sebuah efek seolah-olah objek tersebut bergerak. Menurut Angus (2014:3), *explainer* video bertujuan untuk membuat audiens memahami sebuah hal yang akan di jelaskan (produk/layanan) dan salah satu cara terbaik dalam menjangkau audiens baru maupun yang sudah dimiliki. Pendapat tersebut sangat relevan dengan Krämer & Böhrs (2016), yang menyatakan bahwa *explainer video* merupakan salah satu media yang efektif yang digunakan untuk menyampaikan fakta kompleks

dalam waktu yang relatif singkat kepada kelompok atau target audiens.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa animasi *explainer* merupakan salah satu bentuk cabang dari media video atau audio visual yang isinya memuat sebuah pesan secara singkat mengenai suatu peristiwa atau informasi tertentu yang visualnya berupa animasi dua/tiga dimensi. Elemen didalamnya merupakan kombinasi teks, grafik, serta suara yang tergabung menjadi satu kesatuan utuh sehingga menghasilkan media berupa video. Animasi *explainer* dikemas menggunakan grafik sederhana dan kata-kata yang lugas, singkat, jelas, dan padat untuk memudahkan audiens memahami isi pesan serta menggunakan visual yang menarik.

Beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan perancangan animasi *explainer*, diantaranya yaitu:

- 1) Panjang durasi video. apabila durasi video terlalu panjang, pesan yang ingin disampaikan kemungkinan besar akan hilang di tengah jalan. Hal tersebut juga akan mempengaruhi minat audiens untuk mengikuti informasi yang dipaparkan, maka dari itu durasi pada video animasi *explainer* umumnya berdurasi 1-3 menit yang paling efektif untuk menyampaikan informasi.
- 2) Penggunaan kualitas audio yang baik. Dalam animasi *explainer* fungsi audio merupakan komponen yang penting untuk menyampaikan pesan dan informasi didalamnya. Pengaturan suara latar musik dan narasi juga harus diperhatikan agar informasi yang ingin disampaikan tidak tertindih dengan musik atau suara *sound effect* lainnya.
- 3) Pengembangan unsur media dalam video animasi. Unsur-unsur yang ada dalam media ini seperti kemampuan untuk menampilkan teks, grafis, warna, efek animasi, dan unsur audio harus dioptimalkan untuk tetap membawa pesan yang disampaikan pada *track* agar tidak terkesampingkan.
- 4) Prinsip kebenaran materi dan tampilan. Video animasi *explainer* harus memuat materi dan informasi yang benar substansinya serta menyajikan unsur visual secara menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan melalui wawancara terhadap ibu Anita Yudi, S.Sos selaku Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama Seksi Pengelolaan Informasi dan Opini Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo dan dari observasi pada sosialisasi langsung yang dilakukan Bea Cukai Sidoarjo pada masyarakat. Permasalahan yang dihadapi Dikrektorat Jendral Bea dan Cukai dan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo tahun 2021 yang pertama yaitu pihak bea cukai masih menemukan keresahan dan indikasi pada peredaran rokok ilegal. Narasumber juga merasa membutuhkan alternatif untuk menyebarkan informasi mengenai sosialisasi gempur rokok ilegal yang komunikatif dan efektif.

Permasalahan diatas memunculkan perlukannya inovasi pengemasan informasi yang dapat dengan mudah diterima, diminati dan dimengerti oleh masyarakat sebagai bentuk sosialisasi cukai dan gempur rokok ilegal di Kabupaten Sidoarjo. Peristiwa tersebut mendorong terciptanya media pengembangan inovasi-inovasi baru dalam penyampaian informasi kepada masyarakat terutama Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dan Bea Cukai terhadap instansi pemerintah lainnya sebagai bentuk media pembanding kemampuan menyampaikan informasi kepada publik.



Aplikasi SANtri RS Android RSUD Sidoarjo

Gambar 1. Animasi *explainer* aplikasi SANtri RSUD Sidoarjo (Sumber YouTube:

https://www.YouTube.com/watch?v=_7m3KeEAWqc)

Beberapa instansi pada lingkup pemerintahan di Kabupaten Sidoarjo sudah menggunakan inovasi pengembangan informasi melalui media digital, salah satunya menggunakan media video animasi *explainer* yang mudah didapatkan dan diterima oleh

masyarakat. Salah satunya adalah RSUD Sidoarjo yang mengemas penjelasan aplikasi SANtri RS Android menggunakan animasi *explainer* 2 dimensi pada tahun 2019.

Pengaplikasian media ini juga terdapat pada video Animasi *Explainer Safety* PLN Sidoarjo yang terlebih dahulu digunakan untuk menyampaikan sosialisasi *Safety Introduction* PLN Sidoarjo sebagai upaya penyampaian informasi kepada masyarakat terhadap keamanan menggunakan listrik pada tahun 2018. Maka dari itu penggunaan media tersebut sudah umum sebenarnya diaplikasikan sebagai media sosialisai, video tutorial, kampanye dan sebagai media edukasi yang mudah diterima oleh khalayak umum terutama pada era yang modern saat ini karena sangat mudah diakses dengan teknologi yang semakin maju.



Gambar 2. Animasi *explainer* Safety PLN Sidoarjo
(Sumber YouTube:

<https://www.YouTube.com/watch?v=ImWzQD9DrPw>)

Pengembangan gaya desain yang dibuat dalam animasi *explainer* cukai dan rokok ilegal ini menambahkan beberapa elemen yang membuat lebih kompleks daripada animasi *explainer* yang telah digunakan oleh instansi lainnya di Kabupaten Sidoarjo. Kombinasi visual dengan untuk menambahkan grafik, teks, dan *audio* serta karakter gaya desain yang *flat* memberikan nilai tambah dalam perancangan animasi cukai dan rokok ilegal untuk memberikan kesan modern, lebih dinamis dan tidak monoton. Penguatan karakter sebagai pembeda dari animasi lainnya yakni pada karakter utama yang dibuat sebagai representasi pegawai Bea Cukai sebagai informan yang sedang menjelaskan pesan yang dibawakan.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap data yang telah didapatkan melalui wawancara, studi literatur dan dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa perlu adanya strategi untuk

menciptakan sebuah solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dan Bea Cukai saat ini.

Metode perancangan yang digunakan untuk pembuatan video animasi *explainer* ini menggunakan metode menurut Angus & McKibbin (2014) yang meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery*. Metode tersebut banyak dan umum digunakan untuk menghasilkan sebuah *explainer* video *animation* yang informatif dan inovatif.

a) *Discovery*

Adalah proses penemuan ide baru. Namun dalam konteks perancangan animasi *explainer* ini tahapan *discovery* merujuk ke pencarian data primer dan sekunder. Berikut analisis data untuk menentukan detail proyek melalui konsep utama/brief desain:

- Target audience: Masyarakat Sidoarjo
- Tujuan Video *Explainer*: Meningkatkan *awareness* masyarakat sidoarjo terhadap peredaran rokok ilegal.
- *Impact* yang diberikan: memberikan pengertian kepada masyarakat peran dana cukai terutama tembakau terhadap sektor kesehatan, penegakan hukum, dan kesejahteraan petani maupun pekerja di sektor industri hasil tembakau.
- Poin utama untuk audiens: mengajak masyarakat turut berperan mencegah, mengurangi dan memberantas peredaran rokok ilegal.
- Karakter/ciri visual: karakter utama merupakan representasi petugas bea dan cukai dengan warna tone biru kehitam-hitaman dan kuning.
- Durasi video: 1-3 menit.
Video style: Animasi 2 dimensi.

b) *Script*

Penulisan *script text* pada konten audio visual merupakan sebuah landasan awal yang digunakan untuk penyusunan kalimat informasi dan pesan yang akan disampaikan. Penulisan naskah tersebut umumnya didasarkan pada sebuah ide yang mempunyai tujuan tertentu diantaranya:

- a) Memberi informasi (*to inform*)

- b) Memberi inspirasi (*to inspire*)
- c) Menghibur (*to entertain*)
- d) Propaganda

Sebuah *script text* umumnya berisi unsur-unsur seperti dialog dan cerita secara rinci namun pada perancangan ini *script* digunakan untuk menentukan teks audio yang berisikan pesan sebagai *voice over* karakter animasi *explainer*. Proses *script* ini dilanjutkan dengan proses *dubbing* atau perekaman narasi sebagai pengisi suara animasi.

c) *Storyboard*

Pembuatan storyboard dilakukan dengan cara manual berupa sketsa pada kertas. Menampilkan beberapa *scene* animasi yang meliputi penempatan sudut pengambilan gambar, teks, transisi, dan atribut lain yang digunakan. Pada perancangan animasi *explainer* ini menghasilkan 7 video animasi yang dibagi menjadi beberapa bagian.

d) *Animation*

Tahapan ini adalah proses inti dari pembuatan animasi, dimulai dari pembuatan komponen-komponen grafik yang dibuat vector menggunakan *software* pengolah grafis Adobe Illustrator, hingga menggerakkan objek tersebut dalam *software* pengolah yaitu Adobe After Effect. Sebelum ditayangkan animasi juga perlu ditambahkan latar belakang musik yang pada tahap akhir ini yakni menggabungkan semua instrumen menjadi kesatuan yang utuh meliputi grafik/gambar, teks, suara.

e) *Delivery*

Tahapan akhir pada proses perancangan animasi *explainer* ini adalah *delevery*. Video yang telah siap untuk di publikasikan dikumpulkan untuk kemudian disebarakan kepada khalayak melalui media digital internet yakni YouTube sebagai media utama dan billboard sebagai media pendukung.

Analisis SWOT

Data yang sebelumnya telah didapat selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode analisis SWOT. Dalam metode analisis

ini metode SWOT digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi yang efektif dalam perancangan Animasi *Explainer* Cukai dan Rokok Ilegal di Kabupaten Sidoarjo. Analisis SWOT sendiri adalah salah satu metode yang sering digunakan untuk menganalisa hasil yang telah diidentifikasi untuk mengategorikan suatu kondisi sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Matriks

Internal Eksternal	(S) <i>Strengths</i>	(W) <i>Weakness</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. vMengemas informasi dengan jelas secara singkat. 2. Informasi mudah diakses, dilihat secara berulang, dan disebarakan. 3. Lebih praktis dan efisien dalam menyampaikan informasi yang banyak. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memerlukan kreatifitas dan keterampilan untuk menarik target audiens dengan media yang digunakan sebagai media sosialisasi. 2. Materi yang dikemas cukup banyak.
(O) <i>Opportunities</i>	Strategi (SO)	Strategi (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersingkat penggunaan waktu sosialisasi melihat setiap orang yang memiliki kepentingan masing-masing. 2. Mengurangi biaya, baik transportasi maupun logistik untuk mengikuti sosialisasi. 3. Banyaknya pengguna media sosial dan jejaring internet. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat video animasi explainer sebagai media sosialisai digital. (S1+O1) 2. Menggunakan platform pemerintah untuk menyebarkan informasi video sosialisasi. (S2+O1) 3. Video yang telah dibuat disajikan diberbagai media sosial, youtube dan internet (S3+O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media animasi explainer dengan mengadopsi gaya <i>flat design</i> untuk mengemas informasi dengan padat, jelas dan mudah diterima oleh target audiens. (W1+O1) 2. Video animasi <i>explainer</i> dikemas menjadi beberapa materi atau bagian video dan disajikan di media informasi digital seperti youtube dan sosial media (W2+O3)
(T) <i>Threats</i>	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi digital banyak memancing penjahat digital dengan menyebarkan berita bohong. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi yang dibuat berdasarkan fakta yang jelas dan dari sumber yang terpercaya. (S1+T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan desain yang memiliki karakter tertentu sebagai ciri visual dari informasi yang akan disampaikan dengan diperkuat data yang valid. (W1+T1)

Gambar 3. Analisis dan matriks SWOT (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Matriks SWOT yaitu sebuah metode untuk menentukan dan memperkirakan apa yang akan dihadapi dalam melakukan usaha dengan cara memperkecil dan menanggulangi hal yang tidak diinginkan terjadi. Matriks SWOT menjadi salah satu alat untuk membantu tercapainya tujuan yang diharapkan melalui 4 analisis strategi yakni S (*Strengths*) + O (*Opportunities*) atau membuat sebuah strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk menciptakan peluang, W (*Weakness*) + O (*Opportunities*) untuk meminimalkan kelemahan sehingga tercipta peluang, S (*Strengths*) + T (*Threats*) untuk memanfaatkan kekuatan sebagai upaya mengatasi ancaman, dan W (*Weakness*) + T (*Threats*) dengan cara meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman.

Gambar di atas merupakan analisis dan hasil matriks SWOT terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi untuk menemukan strategi yang tepat dalam perancangan animasi *explainer* ini. Setelah hasil matriks eksternal dan internal telah disajikan, ditemukan 2 matriks yaitu (S1+T1) dan (W1+T1) yang akan menjadi strategi landasan konsep desain dalam perancangan ini.

Positioning

Perancangan animasi *explainer* ini diposisikan sebagai media penyebaran informasi (*to inform*) yang berbentuk video animasi yang menjelaskan tentang cukai dan rokok ilegal sebagai alternatif media sosialisasi secara langsung pada masa pandemi. Cara tersebut bertujuan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dapat tetap dilakukan dan memiliki potensi menjangkau masyarakat yang lebih luas lagi tanpa menimbulkan kerumunan.

USP (Unique Selling Proposition)

Tujuan dari dibuatnya USP ini untuk menentukan keunikan dari animasi *explainer* yang dirancang dan menjadi pembeda/pembanding serta nilai lebih yang tidak dimiliki oleh kompetitor/animasi *explainer* yang telah dibuat oleh instansi lain pada lingkup pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Animasi *explainer* ini memiliki keunikan, yaitu menggunakan karakter utama dari representasi petugas Bea dan Cukai, dilengkapi dengan dubbing suara, gambar pendukung sebagai penjelas narasi dengan gaya *flat design*. Latar belakang musik ditambahkan agar audiens lebih menikmati animasi *explainer* tanpa mengganggu suara dubbing utama yang menjelaskan materi. Durasi yang digunakan juga cukup singkat yakni 1-3 menit selain itu, animasi *explainer* ini dirancang lebih dinamis dengan menambahkan transisi serta efek visual sehingga *scene* yang ditampilkan tidak monoton.

KONSEP MEDIA

a. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif pada perancangan ini yaitu menggunakan animasi *explainer* untuk sosialisasi cukai dan rokok ilegal di Kabupaten Sidoarjo dengan visual animasi 2 dimensi dan *flat* desain.

Hal tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh kepada kantor Bea Cukai Sidoarjo yakni melalui kegiatan preventif dan edukatif berupa sosialisasi. Sebagaimana tujuan Direktorat Jendral Bea dan Cukai yang mengusung tema “Gempur Rokok Ilegal” untuk mencegah, mengurangi dan memberantas peredaran rokok ilegal dengan memperluas media informasi dan persebarannya sehingga tidak menutup kemungkinan alternatif muncul dari para desainer untuk mengemas ulang informasi dalam berbagai bentuk inovasi.

Media utama yang digunakan untuk penyajian animasi *explainer* ini yaitu melalui YouTube. Hal tersebut dipilih karena menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia naik menjadi 73,7 persen dari jumlah populasi atau setara 196,7 juta pengguna sejak maret 2020 akibat pandemi Covid-19. Kontribusi terbesar pengguna internet terbesar yakni pada pulau jawa yang mencapai 56,4 persen dan sebanyak 61 persen dari penggunaan internet menurut survey yang dilakukan APJII digunakan untuk mengakses YouTube (APJII, 2020).

Penyajian akhir animasi *explainer* ini dipilih menggunakan platform YouTube karena dirasa masih sangat relevan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat milenial pada era pandemi. Publikasi hasil akhir dari animasi *explainer* ini dibantu oleh media publikasi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo yang diupload pada channel YouTube, sehingga memberikan pengaruh besar kepada masyarakat bahwasannya informasi yang disampaikan benar dan valid.

b. Strategi Kreatif

Perancangan animasi *explainer* ini memuat cukup banyak materi sehingga proyek ini dibagi menjadi 7 bagian clip video yang saling mendukung. Alasan pembuatan animasi *explainer* ini menjadi 7 bagian adalah untuk menyampaikan informasi agar lebih ringan untuk dipahami sebagaimana fungsi efektif dari animasi *explainer* sendiri yang menjelaskan dengan singkat. Masing-masing clip video yang berdurasi 1-3 menit memuat informasi yang berbeda namun saling melengkapi dan memiliki

kesinambungan untuk memudahkan audiens memahami isi dan pesan dalam masing-masing clip video animasi pada bab tertentu. Perancangan ini diperlukan aset visual yang akan di tampilkan pada video animasi *explainer* diantaranya berupa karakter orang, teks, grafik dan *motion*, serta perlengkapan objek-objek lainnya berupa gambar vektor yang dikerjakan melalui proses digital dengan *software* desain yaitu Adobe Illustrator CC 2018.

c. Target Audience

Segmentasi pada target audiens dilakukan agar perancangan lebih terarah dan tepat sasaran dengan merumuskan target berdasarka demografis, geografis/wilayah, psikografis, dan *behaviour*. Karakteristik target *audience* dalam perancangan ini yaitu:

1. Demografis:
 - Usia remaja – orang tua, dengan usia:
 - Primer : 18 – 30 tahun
 - Sekunder : 30 – 50 tahun
 - Pekerjaan/profesi dengan tingkat potensi pelaku (konsumen/produsen) rokok ilegal:
 - Pelajar: 10%
 - Pekerja kantoran: 15%
 - Serabutan: 30%
 - Pengangguran: 45%
 - Semakin besar persentase di atas berpengaruh pada tingkat *awareness* yang semakin kecil.
 - Tingkat pendidikan sekolah menengah keatas sampai mahasiswa.
 - Jenis kelamin laki-laki dan perempuan.
2. Geografis:
 - Bertempat tinggal di Sidoarjo.
3. Psikografis:
 - Masyarakat yang berpenghasilan dan memiliki ketertarikan pada rokok atau tembakau (konsumen dan produsen rokok).
4. *Behaviour*:
 - Masyarakat yang bekerja dan perokok aktif.

d. Konsep Kreatif

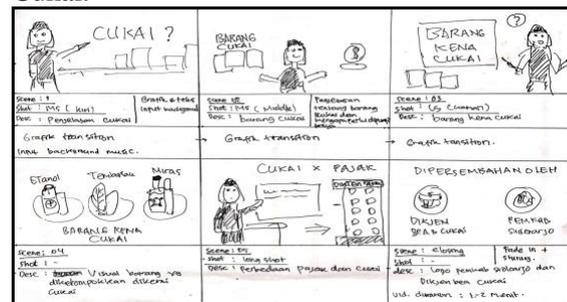
Sebagaimana tujuan prefentif dan edukatif melalui sosialisasi dari Direktorat Jendral Bea dan Cukai di Sidoarjo, terdapat 2 tema pokok yang harus disampaikan pada animasi *explainer*

yang dirancang yakni, cukai dan rokok ilegal. Tema pokok tersebut kemudian akan disampaikan sebagai informasi yang dimuat dalam animasi *explainer* 2D ini.

Visual yang ditampilkan menggunakan gaya *flat* desain yang sudah umum digunakan pada animasi *explainer*, namun bukan untuk media perbandingan saja animasi *explainer* yang sebelumnya telah dirancang oleh instansi lain pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, sehingga dalam perancangan animasi *explainer* cukai dan rokok ilegal ini dapat melengkapi dari segi kekurangan sebelumnya yang penulis simpulkan dari analisis dan meninjau perancangan yang terdahulu.

VISUALISASI

Berikut merupakan hasil dan penjelasan pada bentuk visual karya perancangan animasi *explainer* yang diimplementasikan dalam animasi 2 dimensi yang memuat informasi seputar cukai dan rokok ilegal sebagai alternatif sosialisasi kepada masyarakat. Animasi *explainer* cukai dan rokok ilegal ini dikemas menjadi 7 project video menggunakan karakter DIKJEN Bea dan Cukai.

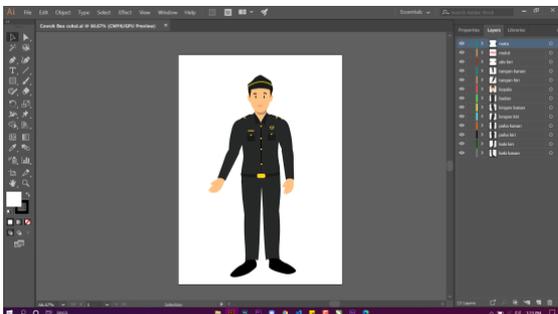
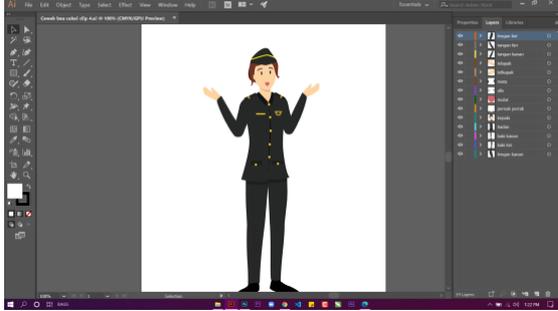


Gambar 4. Pembuatan storyboard secara manual (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Dalam proses perancangan animasi *explainer* ini secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian tahapan yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada proses pra produksi ini meliputi tahapan yang dikemukakan oleh Angus diantaranya *discovery*, pembuatan *script* dan *storyboard*. Kemudian dilanjutkan dengan proses produksi yaitu *animation* yang meliputi pembuatan karakter dan aset grafis yang akan ditampilkan pada animasi *explainer* dilanjutkan dengan tahap yang terakhir yakni proses pasca produksi atau *delivery*.

Perancangan Visual dari animasi *explainer* ini dimulai dari pembuatan karakter dan aset-aset yang akan ditampilkan berupa gambar vector melalui *software* Adobe Illustrator CC 2018 dan dilanjutkan dengan tahap-tahap sebagai berikut:

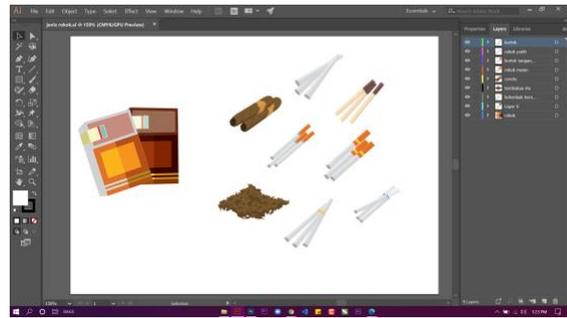
1. Perancangan Karakter dan Aset Visual



Gambar 5 dan 6. Perancangan karakter bea dan cukai (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Perancangan karakter animasi *explainer* ini sesuai dengan tema yang dibawakan menyangkut cukai dan rokok ilegal karakter DIKJEN Bea dan Cukai dipilih karena yang paling relevan dan bersangkutan langsung dengan permasalahan yang diangkat. Memunculkan karakter bea dan cukai juga merupakan salah satu representasi dari pegawai bea cukai yang sedang memberikan penjelasan mengenai cukai dan rokok ilegal yang sesuai dengan bidangnya.

Pemilihan format objek menggunakan vector yang dibuat dari adobe Illustrator karena pada bagian tertentu objek dapat dipisah sesuai keinginan sehingga memudahkan dalam proses *animating* ditahap selanjutnya. Objek yang dibuat ini mengikuti apa yang dijelaskan pada *script* sebagai bentuk visual pendukung dari suara agar lebih jelas dan menarik.



Gambar 7. Perancangan objek tambahan animasi (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Semua objek dan karakter dibuat dengan gaya datar (*flat design*) yang diantaranya adalah bentuk objek rokok, tembakau dan beberapa aset pendukung lainnya yang juga dilengkapi dengan beberapa teks penjelasan sehingga dapat diterima dengan mudah oleh semua kalangan masyarakat.



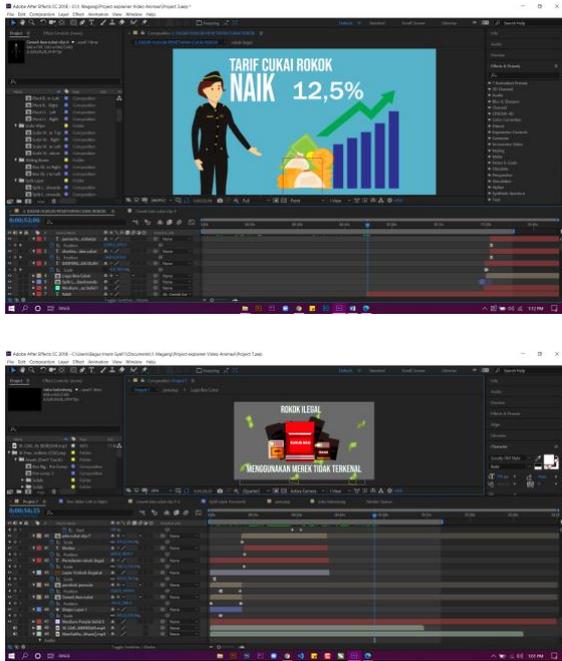
Gambar 8. Visualisasi grafik pendukung (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

2. Proses *Animating* Visual

Tahapan selanjutnya yakni membuat gambar diam yang telah dibuat sebelumnya menjadi bergerak sebagaimana animasi 2 dimensi pada umumnya. Tahapan *animating* memerlukan *software* pendukung yang digunakan, yaitu Adobe After Effect CC 2018, dengan memanfaatkan produk Adobe proses sinkronisasi gambar vektor yang akan diimpor ke dalam *software* pengolah *motion* menjadi lebih mudah.

Tahapan yang dilakukan pada *animating* melalui beberapa langkah yang diantaranya adalah : a. Memasukkan suara *dubbing* yang berupa .mp3 dari *script* yang telah dirancang sebelumnya sebagai audio utama karakter dari animasi *explainer* serta sebagai acuan penempatan karakter-karakter hingga objek gambar yang akan dianimasikan. b. Memasukkan grafik aset dan karakter yang kemudian

digerakkan serta membuat efek *motion* dan transisinya. c. Pembuatan transisi, hal ini untuk menambah daya tarik visual animasi agar terlihat lebih dinamis dan *motion* teks sebagai bentuk penjelasan singkat dan penekanan pada kalimat tertentu yang perlu diperhatikan oleh audiens.



Gambar 9 dan 10. Proses pengerjaan animasi menggunakan *software* Adobe After Effect (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Penggunaan ukuran dan resolusi pada animasi *explainer* ini yakni dengan rasio 16:9 dengan resolusi full HD 1920x1080p. Proses akhir *animating* adalah menggabungkan semua video yang telah dibuat serta menambahkan musik latar belakang dan kemudian di *export*, proses tersebut masih dilakukan pada *software* Adobe After Effect sehingga menjadi suatu kesatuan yang utuh. Pada tahap *exporting* ini menggunakan *software* Adobe Media Encoder 2018 yang telah tersinkronisasi dengan Adobe After Effect dan kemudian dirender sesuai format output yang akan digunakan nantinya yakni .mp4.

3. *Delevery* (Post Produksi)

Penyajian Proses penyajian akhir atau *delivery* yang dilakukan melalui 2 media untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Pertama dengan menggunakan platform media online

yaitu YouTube, media ini dipilih karena bisa mendapatkan audiens yang lebih luas melihat *traffic* penggunaan internet yang sangat besar setiap harinya. Pada platform YouTube sendiri hasil dari animasi *explainer* ini akan di unggah pada instansi pemerintah yaitu pada channel YouTube Pemkab Sidoarjo sebagai media utama penyebaran informasi di Kabupaten Sidorajo sehingga informasi yang diberikan dapat dikonfirmasi kebenarannya.



Gambar 11. Penyajian animasi *explainer* pada platform YouTube (Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

Media penyajian yang kedua ini menggunakan media Billboard yang ada pada pusat kota Sidoarjo tepatnya di sebelah alun-alun dan sisi perempatan rambu-rambu lalu lintas yang memiliki *traffic* cukup padat yakni pengguna jalan dan masyarakat yang sedang berjalan di alun-alun.

Perancangan Animasi *explainer* ini terbagi menjadi 7 bagian yang memiliki durasi masing-masing video 1-3 menit yang memuat materi berbeda-beda namun saling berhubungan. Hasil dari perancangan animasi *explainer* di atas menghasilkan 7 judul animasi yang membawakan topik diantaranya:

1. Pengertian Cukai
2. Penjelasan Manfaat Dana Cukai
3. Dasar Hukum Adanya Cukai Rokok
4. Cara Menghitung Cukai Rokok
5. Ciri-ciri Rokok Ilegal
6. Dampak Rokok Ilegal
7. Modus Peredaran Rokok Ilegal



Gambar 12. Penjelasan akibat peredaran rokok ilegal
(Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)



Gambar 13. QR Code link hasil akhir perancangan karya
(Sumber: Divisualkan oleh Assauqi, 2022)

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan animasi *explainer* ini membawakan konsep visual *flat*, yang diterapkan pada perancangan animasi *explainer* 2D ini sebagai dasar visual aset seperti desain karakter, objek, teks dan *motion* yang ditampilkan pada visual video yang memberikan kesan sederhana, jelas dan minimalis. Tahapan perancangan animasi *explainer* ini menggunakan alur yang diusung oleh Angus & McKibbon meliputi *discovery*, *script*, *storyboard*, *animation*, dan *delivery* karena menurutnya pembuatan animasi *explainer* menggunakan 5 tahap proses tersebut dapat menghasilkan animasi *explainer* yang efektif. Hasil dari *output* perancangan ini adalah video animasi, yang menjelaskan beberapa permasalahan tentang cukai dan peredaran rokok ilegal.

Implementasi dari hasil perancangan animasi *explainer* ini disajikan dalam bentuk video dan diunggah menggunakan platform YouTube sebagai sarana utama media sosialisasi digital yang mudah diakses semua kalangan masyarakat. Penulis merancang sebuah karya video animasi *explainer* dalam rangka sosialisasi kepada masyarakat mengenai cukai dan rokok

ilegal yang sedang berlangsung di Kabupaten Sidoarjo, yang sesuai dengan maraknya peredaran rokok ilegal sebagai permasalahan utamanya. Sejalan dengan gerakan yang diusung oleh Direktorat Jendral Bea dan Cukai mengenai “Gempur Rokok Ilegal”.

Perancangan video animasi *explainer* ini diharapkan dapat membuat masyarakat sadar dan ikut belajar melalui literasi digital melalui sosialisasi untuk menyampaikan informasi cukai dan rokok ilegal yang berdampak pada masyarakat serta kerugian negara. Cara yang dipilih untuk mengedukasi masyarakat dan memberikan sosialisasi tentang peredaran rokok ilegal yaitu melalui video animasi *explainer* di Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas adapun saran yang bisa penulis sampaikan adalah 1) bagi peneliti selanjutnya bisa digunakan sebagai acuan atau referensi dalam melakukan perancangan media animasi *explainer* baik pada bidang yang sama yang memuat tentang sosialisasi ataupun dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang tidak hanya dalam konteks cukai dan rokok ilegal, baik dari segi metode, teknik maupun visualisasi. 2) bagi pemerintah, semoga video animasi *explainer* ini dapat digunakan secara efektif sebagai langkah alternatif dalam sosialisasi digital informasi yang memberikan informasi tentang cukai dan rokok ilegal sehingga dapat mengurangi, mencegah peredaran rokok ilegal dan mengedukasi masyarakat.

REFERENSI

- Angus, A., & McKibbon, H. (2014). *The definitive guide to corporate explainer video*. Createspace Independent Pub. <http://www.switchvideo.com/wp-content/uploads/2013/10/Guide-To-Corporate-Explainer-Videodownload.pdf>
- APJII, B. (2020). Buletin APJII. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 74, 10. <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BUL-ETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>
- Astuti, R. S. (2021, July 13). Rokok Ilegal Sidoarjo Berpotensi Rugikan Negara hingga Miliaran Rupiah. *KOMPAS*. diakses pada

- tanggal 6 Desember 2021 dari, <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2021/07/13/rokok-ilegal-sidoarjo-berpotensi-rugikan-negara-hingga-miliaran-rupiah>
- Bagaskara, B., & Ruslan, A. (2019). Perancangan Video *Explainer* “Mengenal Dampak Penggunaan Gadget (Smartphone) Secara Eksektif Pada Anak” Untuk Orang Tua. *PANTAREI*, 3(3). <https://id.theasianparent.com/hasil-survey->
- Blair, P. (1994). *Cartoon Animation*. California: Walter Foster.
- Cukai, A. W. B. dan. (2015). *Cukai*. Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai. diakses pada tanggal 6 Desember 2021 dari, <https://www.beacukai.go.id/arsip/cuk/cukai.html>
- Devaga, E. (2021). *Teknologi Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media#:~:text=Menurut data UNESCO%2C minat baca,1 orang yang rajin membaca!
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. *Pendidikan*, 143. http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_Metpen-Kualitatif.pdf
- Hasanudin, D., & Adityawan, O. (2020). Perkembangan *Flat Design* dalam Web *Design* dan *User Interface* (UI). *Pantun Jurnal Ilmiah Seni Budaya*, 5(2), 134–144.
- Hiru, M. (2021). *Bea Cukai Sidoarjo Sosialisasi Gempur Rokok Ilegal*. REPUBLIKA. diakses pada tanggal 6 Desember 2021 dari, <https://www.republika.co.id/berita/r1qndc380/bea-cukai-sidoarjo-sosialisasi-gempur-rokok-ilegal>
- Jatisidi, A., & Hapsoro, R. D. (2021). Perancangan *Explainer* Video Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Budi Luhur Sebagai Media Promosi. *Pantarei*. <https://www.dumetschool.com/Prinsip-Dasar-Layout>
- Krämer, A., & Böhrs, S. (2016). How Do Consumers Evaluate *Explainer* Videos? An Empirical Study on the Effectiveness and Efficiency of Different *Explainer* Video Formats. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 254. <https://doi.org/10.5539/jel.v6n1p254>
- Liputan6.com. (2021). *Kenali Ciri Rokok Ilegal Menurut Diskominfo Sidoarjo*. Liputan6.com. diakses pada tanggal 6 Desember 2021 dari, <https://surabaya.liputan6.com/read/4684660/kenali-ciri-rokok-ilegal-menurut-diskominfo-sidoarjo>
- Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- Munir. (2020). Multimedia konsep dan aplikasi dalam pendidikan. In *Alfabeta* (Vol. 58, Issue 12). [http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PROD I_ILMU_KOMPUTER/196603252001121-MUNIR/BUKU/MULTIMEDIA Konsep %26 Aplikasi dalam Pendidikan.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PROD_I_ILMU_KOMPUTER/196603252001121-MUNIR/BUKU/MULTIMEDIA_Konsep%26_Aplikasi_dalam_Pendidikan.pdf)
- Retno, H. (2021). Miris, Minat Baca di Indonesia Menurut UNESCO Hanya 0,001 persen. Portalbandungtimur. diakses pada tanggal 6 Desember 2021 dari, <https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-941922838/miris-minat-baca-di-indonesia-menurut-unesco-hanya-0001-persen/>
- Ruslan, Arief. (2016). *Animasi: Perkembangan & Konsepnya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Setiawan, M. I., Pujiyanto, P., & Pahlevi, A. S. (2021). Perancangan Video *Explainer* Siplah 2.0 Aplikasi Digital Pelaporan dan

- Pengelolaan Lingkungan Hidup PT PJB. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(10), 1423–1435. <https://doi.org/10.17977/um064v1i102021p1423-1435>
- Widagdo. (2011). *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Widyanto, H. H. W. (2020). *Perancangan Sosialisasi Animasi Explainer Mencegah Perpecahan Milenial Pasca Pemilu 2019 Di Surabaya*. 1(2), 96–108.