

## **Perancangan Lirik Animasi Sebagai Penunjang Ibadah Anak Muda Gereja Mawar Sharon**

**Juventus J. Effendy<sup>1</sup>, Aristarchus Pranayama K.<sup>1</sup>, Ryan P. Sutanto<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra  
Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: juvensiuscuz@gmail.com

### **Abstrak**

Perancangan ini dilakukan dalam upaya inovasi penggunaan lirik animasi sebagai penunjang ibadah anak muda Gereja Mawar Sharon. Pergeseran generasi menyebabkan perubahan perilaku dan kebiasaan yang ada di masyarakat sehingga metode dalam mengkomunikasikan pesan yang efektif perlu disesuaikan. Tidak dapat disangkal bahwa komunikasi menjadi salah satu faktor penting di dalam kehidupan gereja untuk menyampaikan kebenaran Firman Tuhan kepada jemaat. Tanpa komunikasi yang efektif, pesan yang disampaikan dalam ibadah tidak akan dapat diterima oleh jemaat dan akhirnya penyelenggaraan ibadah menjadi sia-sia. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif untuk mendeskripsikan perilaku dari Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu metode yang efektif dalam menyampaikan pesan bagi Generasi Z adalah melalui visual, sehingga perancangan lirik animasi merupakan salah satu inovasi visual dalam gereja yang dapat membantu penyampaian pesan di dalam ibadah.

**Kata kunci:** Generasi Z, desain visual, lirik animasi, audio visual.

### **Abstract**

**Title:** *Animated Lyric Design as Support for Mawar Sharon Church Youth Service*

*The aim of this design was to innovate animated lyric as support for Mawar Sharon Church youth service. Generational shift takes part in behavior and cultural changes in society, thus improving communication method is necessary in order to maintain its effectiveness. The same phenomena also happen in church life, which requires the same development to take place as well in order to deliver the Words of God decently. Otherwise, the masses will not be able to grasp the message contained within the Words and the service itself will be pointless. The analysis technique used in this study to characterize Generation Z behaviors was descriptive method. The study results showed that visual is one of the most effective methods to deliver the message to Generation Z. Furthermore, animated lyric production is a visual innovation that is suitable to help church deliver the message to the masses.*

**Keywords:** *Generation Z, visual design, animation lyric, audio visual.*

### **Pendahuluan**

Sebagai salah satu gereja yang berada di Surabaya, Gereja Mawar Sharon memiliki visi untuk menjangkau anak muda yang ada di kota Surabaya. Hal ini sangat penting karena anak muda adalah generasi yang menjadi penerus, dan perlu untuk mempersiapkan generasi ini sejak usia sedini mungkin.

Visi Gereja Mawar Sharon terlihat nyata dari diadakannya ibadah yang dikhususkan bagi kaum muda setiap minggunya, yang disebut “Army of God”. Sekalipun ibadah ini hanya dihadiri oleh anak muda, terlihat bahwa persiapan tetap dilakukan

dengan maksimal. Mulai dari susunan acara hingga teknis semuanya dilakukan dengan profesional. Selain itu ibadah anak muda juga dilaksanakan di ruangan utama yang ada di Gereja Mawar Sharon, bukan ruangan sampingan atau ibadah yang bersifat sebagai pelengkap saja. Ibadah ini diadakan dua kali setiap minggunya. Ibadah hari Minggu dikhususkan bagi usia mahasiswa. Sedangkan pada hari Sabtu diadakan untuk usia pelajar SMP-SMA, di mana pada masa sekarang usia ini tergolong dalam generasi Z.

Generasi Z adalah kumpulan anak yang lahir pada tahun 1998 sampai 2009. Pada tahun 2018, rentang usia generasi Z adalah 10-20 tahun, yang mencakup usia SMP dan SMA sebagai usia dominan. Perubahan generasi menjadi salah satu tantangan bagi Gereja

Mawar Sharon untuk dapat mencapai visi yang mereka miliki. Perbedaan zaman membawa banyak perbedaan dalam perilaku dan kebiasaan mereka. Sehingga inovasi perlu terus dilakukan sebagai salah satu bentuk penyesuaian untuk membuat proses pendekatan kepada rentang usia ini menjadi lebih efisien (Tapscott, 2013).

Menurut Lancaster dan Stillman (2002), generasi Y dan Z memiliki beberapa kesamaan, karena sama-sama lahir pada era perkembangan teknologi. Kesamaan ini antara lain pendekatan visual sebagai cara yang paling dimintai dalam pembelajaran. Perkembangan media yang memungkinkan penggunaan visual dalam berbagai perangkat yang ada di sekitar mereka membuat visual menjadi konsumsi sehari-hari. Generasi ini juga sangat akrab dengan penggunaan teknologi, sehingga tidak perlu waktu lama untuk mempelajarinya dan menjadikan mereka sebagai *multi-tasker* yang handal. Namun hal ini juga menjadikan generasi ini sulit untuk memperhatikan dalam jangka panjang, karena terbiasa dengan segala sesuatu yang cepat. Selain itu, generasi Z memerlukan pendekatan *edutainment*, yang merupakan gabungan antara *education* (pendidikan) dan *entertainment* (hiburan). Metode ini dapat lebih efektif menangkap perhatian generasi Z dalam memperhatikan sesuatu (dalam Reilly, 2012).

Perkembangan visual yang menjadi kebutuhan dapat dilihat dalam berbagai hal. Salah satunya dengan muncul tren baru yaitu video lirik atau juga dikenal sebagai lirik animasi. Tren ini digunakan artis untuk membantu mempromosikan lagu yang baru mereka ciptakan ke dunia maya, salah satunya melalui Youtube. Joan E. Solsman (2014) mengutip salah satu pernyataan seorang artis dan penyanyi, Scarlett Rabe. Menurutnya, adanya visual dalam penyajian lirik akan membuat lagu yang disajikan semakin berpengaruh. Dalam melakukan promosi lagunya, Scarlett Rabe juga mengunggah versi lirik animasi dari lagunya. Antusiasme warganet dapat dilihat dari jumlah penonton versi video klip lagu ini sekitar 145 ribu kali, sedangkan video liriknya ditonton sebanyak 115 ribu kali. Selisih yang tidak begitu besar membuktikan bahwa video lirik sudah menjadi salah satu tren yang diminati.

Peter (2013) menuturkan bahwa peran gereja adalah untuk menjangkau dan membantu sebanyak mungkin orang untuk dapat datang beribadah, dengan cara menghilangkan setiap batasan yang seringkali menjadi penghalang untuk setiap orang dapat datang apa adanya dan beribadah kepada Tuhan. Dan salah satu hal yang seringkali menjadi penghalang adalah rasa tidak nyaman saat datang ke ibadah itu sendiri.

Berdasarkan pola dan karakteristik yang dimiliki generasi Z yang merupakan usia anak muda yang menjadi visi Gereja Mawar Sharon, diperlukan sebuah

pendekatan komunikasi yang tidak hanya dapat menangkap perhatian mereka, namun menjadi media komunikasi yang efektif. Ivant Saputra selaku Ketua Departemen Multimedia Gereja Mawar Sharon menuturkan, “Perubahan selalu lahir dari anak muda, dan perubahan serta inovasi dibutuhkan untuk dapat menjangkau anak muda.” Dari pengamatannya, visual sudah menjadi salah satu kebutuhan yang tidak dapat terelakkan terutama dalam ibadah yang diperuntukkan bagi anak muda. Inovasi di bidang visual dibutuhkan untuk membuat cara penyampaian dalam ibadah yang ada jauh lebih efisien bagi generasi muda (wawancara, 24 Februari 2018).

Persiapan teknis ibadah yang dilakukan di ibadah “Army of God” merujuk dari persiapan yang dilakukan dalam persiapan ibadah umum, yang ditujukan bagi usia dewasa dan orang tua. Dalam ibadah, visual tidak menjadi sebuah keharusan dan hanya bersifat sebagai pelengkap saja, karena bagi usia lanjut penyampaian visual yang terlalu banyak akan menjadi lebih menyulitkan mereka dalam menangkap informasi. Salah satu contohnya dalam penampilan lirik lagu saat pujian, dimana jemaat diajak bersama-sama menyanyikan lagu pujian saat mengikuti ibadah. Lirik ditampilkan dalam bentuk *subtittle* dengan latar visual sederhana. Secara fungsi cara penyampaian tersebut sudah sangat membantu jalannya ibadah, namun bagi anak muda terutama generasi Z cara penyampaian tersebut sebenarnya masih dapat jauh lebih dikembangkan lagi. Sehingga tidak hanya secara fungsi saja, namun dapat menjawab kebutuhan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z.

Penggunaan lirik animasi diharapkan dapat menjadi salah satu inovasi yang menjawab kebutuhan generasi Z yang sangat identik dengan visual. Jika komunikasi selama ini hanya disampaikan secara verbal, dengan adanya visual jemaat diharapkan dapat menangkap pesan yang dibawakan dalam ibadah dengan lebih mudah. Dalam mengikuti pujian dan penyembahan, jemaat juga tidak hanya mengikuti lagu yang dinyanyikan sebagai bentuk ibadah mereka, namun pesan yang ada dalam setiap lagu dapat menjadi lebih kuat serta memiliki unsur *edutainment* yang sangat dibutuhkan bagi generasi Z.

## Identifikasi dan Analisa Data

### Tinjauan Teori Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam masa perkembangan teknologi yang begitu pesat. Bahkan teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan mereka sehari-hari. Bahkan 91% Gen Z mengatakan bahwa teknologi menjadi salah satu pertimbangan yang berdampak bagi mereka dalam membuat keputusan (Stillman, 2017).

Tidak mengherankan akhirnya teknologi menjadi salah satu hal faktor yang sangat berperan dalam membuat keputusan. Bahkan rasa nyaman juga seringkali diukur dari adanya teknologi yang tersedia bagi mereka.

Dampak dari teknologi ini juga memberikan kepada mereka pilihan sebesar-besarnya. Gen Z dapat memilih dengan bebas apa yang ingin mereka konsumsi, sehingga menjadikan mereka cenderung lebih selektif dan tidak dengan mudah menerima apa yang disodorkan kepada mereka. Contoh sederhana bila generasi yang dahulu hanya dapat menonton apa yang disajikan kepada mereka melalui televisi, gen Z mampu untuk memilih jenis hiburan sesuai yang mereka inginkan saat itu melalui berbagai media yang tersedia.

### **Pengaruh Visual Terhadap Generasi Z**

Perkembangan teknologi memungkinkan penggunaan visual yang sangat pesat. Segala sesuatu menjadi sangat sulit bila harus dipisahkan dari visual. Setiap hal yang kita lihat sehari-hari pun sudah mulai menjadi visual.

Inovasi visual dapat terlihat dari mulai berubahnya papan penanda yang semula hanya berupa tulisan menjadi simbol-simbol. Pesan komunikasi yang dahulu menggunakan pesan singkat di telepon, kini semakin penuh dengan berbagai *emoji* untuk mengekspresikan pesan yang dikirimkan (Stillman, 2017).

Gen Z sangatlah terkait dengan penggunaan teknologi seperti gawai dan komputer, bahkan sejak usia SD dan SMP. Dalam penggunaannya, perangkat-perangkat ini sangat mengandalkan visual sebagai tampilan dan pengontrolan. Sangatlah berbeda dengan teknologi dahulu yang menggunakan teks dan perintah untuk mengoperasikan sebuah komputer. Di masa sekarang pengoperasian hanya sebatas klik pada tombol dan tampilan yang didesain semenarik mungkin. Tak mengherankan pula gen Z mampu mengkonsumsi video dalam waktu lebih dari 7 jam sekaligus (Rahmawati, 2018).

### **Kemampuan Multi-Tasking Generasi Z**

*Multi-tasking* merupakan salah satu hal yang identik dengan gen Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang melakukan banyak hal dalam saat yang bersamaan. Contoh sederhana generasi ini mampu belajar sembari mendengarkan musik dan membalas pesan singkat melalui gawai mereka. Kecenderungan ini lahir karena mereka sangat terbiasa dengan segala sesuatu yang cepat, dan ingin segala sesuatu juga dilakukan dengan cepat. Menurut Stillman (2017),

75% gen Z lebih tertarik dengan situasi yang memungkinkan mereka memiliki peran ganda. Hal ini juga dikarenakan mereka ingin cepat dalam mencari dan menyelesaikan segala sesuatu yang dikerjakan.

Karena Gen Z mempunyai tempo gila-gilaan untuk tetap menjadi yang terdepan dalam banyak hal, kebanyakan orang berpikir mereka merupakan *multitasker* yang luar biasa, yaitu bisa melakukan beberapa hal sekaligus. ... fakta bahwa Gen Z tidak mahir *multitasking*. Otak mereka tidak terfokus pada banyak hal di waktu yang sama. Mereka mahir dalam *task-switching*, yaitu berpindah-pindah dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain dengan mulus dan sering” (Stillman, 2017, p.179).

Saat ditinjau lebih dalam, kemampuan *multi-tasking* tersebut sebenarnya lebih tepat bila disimpulkan sebagai *task-switching*. Kecenderungan mereka yang cepat bosan membuat gen Z sering berpindah-pindah dalam melakukan tugas mereka. Saat mulai bosan belajar, gen Z akan memilih memilih lagu yang mereka sukai atau mengobrol melalui aplikasi *chatting* untuk mengalihkan fokus mereka.

### **Edutainment bagi Generasi Z**

Muncul tantangan tersendiri dalam mendidik gen Z yang mudah bosan. Menurut Rahmawati (2018), salah satu perilaku yang identik dalam gen Z adalah budaya instan. Terbiasa segala sesuatu tersedia membuat mereka malas untuk melakukan sesuatu yang memakan waktu panjang dalam prosesnya. Bahkan dalam memilih makanan, gen Z juga jauh lebih menyukai makanan yang disediakan secara instan. Stillman (2017) juga sependapat bahwa gen Z mudah sekali untuk merasa bosan. Hal ini terbukti dari riset yang membuktikan bahwa rentan perhatian yang dapat diberikan gen Z hanya sepanjang 8 detik, di mana generasi sebelumnya memiliki rentang perhatian sekitar 20 detik.

Hal ini juga tidak lepas dari efek perkembangan teknologi serta kebebasan yang diberikan untuk memilih. Sehingga saat disampaikan sebuah pesan yang panjang dan membosankan, gen Z akan lebih tertarik untuk memilih hal lain yang ingin mereka dengarkan. Hal ini pun sangat memungkinkan dengan adanya gawai dalam genggam tangan mereka.

Untuk mengatasi kebiasaan yang muncul pada gen Z tersebut, dibutuhkan sebuah metode yang interaktif untuk menyampaikan sebuah pesan (Stillman, 2017). Tidak hanya dunia pendidikan yang formal seperti sekolah, penyampaian pesan dalam gereja bagi gen Z juga membutuhkan sebuah metode yang disesuaikan agar pesan tersebut dapat benar-benar tersampaikan. Kunci dari metode tersebut adalah interaksi, sehingga dapat menarik perhatian gen Z secara terus menerus.

## Tinjauan Teori Animasi

Kata animasi merupakan pengembangan kata “anima” dari bahasa latin, yang berarti jiwa, hidup, nyawa dan semangat. Fungsi dari animasi sendiri adalah memberikan kehidupan kepada sebuah objek statis, memanfaatkan kemampuan otak untuk menangkap ilusi yang membuat objek tersebut seakan-akan hidup (The Making of Animation, 2004).

Penggunaan animasi pada abad ini sudah sangat merajalela, bahkan dapat dibilang cukup mendominasi. Perkembangan teknologi menjadi salah satu penyebab ledakan penggunaannya, karena pembuatannya semakin mudah dan bisa dilakukan siapa saja dan dukungan perangkat komputer yang semakin canggih dan murah. Perkembangan animasi tidak berhenti pada 2D, namun sekarang sudah banyak menggunakan teknik 3D. Penyebarannya ke seluruh dunia memunculkan keberagaman jenis, teknis dan konten animasi (Pilling, 2001).

## Motion Graphic

*Motion graphic* muncul sebagai bentuk inovasi yang didukung perkembangan teknologi pada abad 20. Awal kemunculannya dimulai dengan pembuatan wujud abstrak yang ditambahkan unsur kinetik. Perpaduannya dengan suara menjadikan *motion graphic* sebagai media komunikasi yang kuat (Betancourt, 2012).

Prinsip dari *motion graphic* adalah membuat sebuah desain grafis menjadi bergerak, yang sangat berbeda dari animasi yang menggerakkan sebuah karakter. Pembuatan gerakan pada desain ini berfokus pada perpaduan foto, ilustrasi, tipografi dan unsur-unsur desain lainnya (Cone, 2008).

## Penggunaan Lirik animasi

Dua daerah yang relatif baru untuk tipografi bergerak adalah desain dan avatar berbasis data. Desain *data-driven* menggunakan sumber data untuk menghasilkan apa yang disajikan ... Simbol dan ikon yang digunakan untuk mewakili individu, perusahaan atau organisasi, telah berkembang dari benda mati ke avatar: grafik bergerak yang dapat mencerminkan karakteristik manusia. Peningkatan variasi metode yang memberikan informasi menuntut jenis, logo statis dan tanda visual lainnya yang disesuaikan dengan kondisi tertentu: mereka harus bertindak, melakukan dan melakukan kualitas dinamis (Woolman, 2005, p.6).

Perkembangan *motion graphic* telah merambat hingga area tipografi. Penggunaan tipografi tidak lagi terbatas dalam bentuk statis, namun mulai memasuki tren dalam animasi. Perkembangan ini disebut dengan istilah *kinetic typography*. (Bellantoni, Woolman, 1999). Penggunaannya sudah sangat beragam seperti *credit title* pada akhir film, promosi atau TVC, animasi logo dan masih banyak lagi. Namun istilah tersebut tidak begitu dikenal bagi orang awam. Berdasarkan pencarian dalam google trends, ditemukan pencarian kata *lyric video* lebih banyak ditemukan dibanding *kinetic typography*. *Lyric video* sendiri merupakan salah satu perkembangan dari *kinetic typography* yang diaplikasikan dalam musik, yaitu menambahkan unsur animasi pada teks lirik yang ditampilkan. Pergerakan dari lirik tersebut nantinya mencerminkan suasana dan isi dari setiap lirik dari lagu tersebut. Perkembangan tersebut dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk lirik animasi yang akan digunakan dalam perancangan ini.



Sumber:

<https://www.youtube.com/watch?v=iKzRIweSBLA>

**Gambar 1. Lirik animasi “Ed Sheeran – Perfect”**

Salah satu contoh *lyric video* yang cukup terkenal di Youtube adalah lagu Ed Sheeran yang berjudul Perfect. Sejak diunggah pada 22 September 2017, kurang dari 6 bulan setelahnya jumlah penonton video ini tercatat sekitar 215 juta kali. Video ini juga muncul sebagai video pertama dengan pencarian “*lyric video*” dalam *search engine* Youtube.

Salah satu faktor yang membuat video ini menjadi begitu menarik adalah karena penggunaan visual yang meskipun sederhana, namun dapat memberikan gambaran yang kuat tentang lagu ini. Suasana sayu sangat terasa dengan penggunaan efek tulisan tangan serta paduan warna biru muda dan putih. Selain itu gambar yang digunakan sesuai dengan lirik yang dinyanyikan. Seperti penggunaan gambar bibir untuk mengganti kata “kiss” yang artinya mencium. Ilustrasi seperti malam hari di taman untuk menunjukkan suasana romantis yang ada di lagu ini juga sangat terasa. Pergerakan yang pelan membuat setiap ilustrasi yang dipadukan menjadi terkesan hidup. Sehingga tujuan lirik video untuk menyampaikan pesan yang dibawakan dalam lagu ini

dapat dikatakan sangat berhasil dan memikat para penggemar lagu Ed Sheeran tersebut.

### Tinjauan Teori Desain Konstruktivisme

Desain konstruktivisme adalah jenis desain yang berkembang pada masa revolusi Rusia tahun 1917. Kemudian desain ini menjadi salah satu desain yang banyak digunakan dan identik dalam propaganda pada masa perang dunia. Ciri khas dari jenis desain ini adalah mengabaikan bentuk dan sesungguhnya dari sebuah objek dengan lebih menekankan pada fungsi dari benda tersebut dan memberikan kesan konstruksi pada desain yang dibuat.

### Tinjauan Teori Sinematografi

Istilah sinematografi berasal dari akar kata Yunani yang berarti "menulis dengan gerak". Sinematografi lebih dari sekedar sekedar fotografi belaka. Ini adalah proses pengambilan gagasan, kata-kata, tindakan, subteks emosional, nada dan semua persyaratan (Brown, 2012, p.2).

Sinematografi sendiri merupakan perpaduan dari berbagai unsur yang ada di dalamnya, mulai dari *framing*, cahaya dan warna, efek lensa, pergerakan, tekstur, *set-up* dan *point-of-view*. Setiap unsur tersebut berfungsi untuk membentuk sebuah bahasa visual yang dapat ditangkap oleh penonton (Brown, 2012).

### Komposisi

Pemilihan komposisi dalam pengambilan gambar akan berpengaruh terhadap bahasa visual yang disampaikan dalam gambar tersebut. Oleh karena itu sebelum menentukan komposisi yang akan digunakan, penting untuk memahami terlebih dahulu fungsi dan kelebihan serta kekurangan dari setiap komposisi.

Berikut beberapa jenis komposisi dalam pengambilan gambar:

- Full shot* : pengambilan gambar dari kepala hingga ujung kaki, berfungsi untuk menunjukkan keseluruhan gerak tubuh
- Medium shot* : pengambilan gambar yang berfokus pada sebagian objek, berfungsi untuk mengambil detail ekspresi tanpa kehilangan keseluruhan gerakan yang dilakukan objek.
- Close-ups* : pengambilan gambar yang berfokus pada bagian detail tertentu dari objek. Berfungsi untuk berfokus pada detail tertentu dari objek, seperti ekspresi wajah.

(Brown, 2012)



Sumber:

<https://i.pinimg.com/originals/a4/86/63/a486638b9f65e8aad29f942ca1816daf.jpg>

**Gambar 2. Perbandingan Full Shot – Medium Shot – Close-ups**

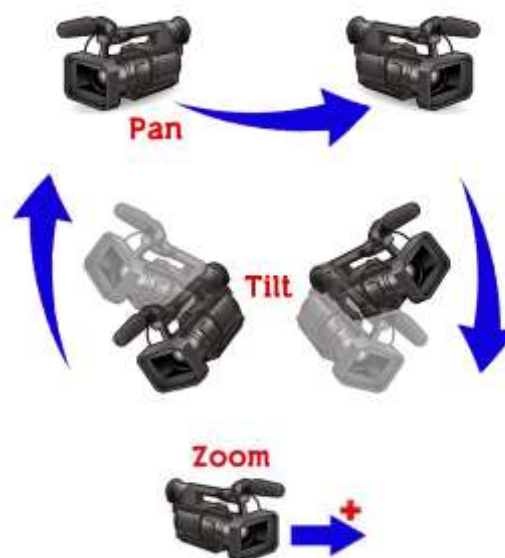
### Pergerakan Kamera

Penggunaan pergerakan dalam pengambilan gambar harus dipilih berdasarkan motivasi yang tepat. Setiap jenis pergerakan dapat memberikan efek dan kesan yang berbeda. Sama seperti dalam pemilihan komposisi, pemilihan gerakan kamera penting untuk disesuaikan dengan pesan yang ingin dibawa dalam gambar/visual yang diambil.

Berikut beberapa jenis pergerakan kamera:

- Pan* : Pergerakan kamera secara horizontal, di mana posisi kamera tidak mengalami perubahan (terkunci dalam 1 titik seperti tripod).
- Tilt* : Pergerakan kamera secara vertikal, di mana posisi kamera tidak mengalami perubahan (terkunci dalam 1 titik seperti tripod).
- Zoom* : Perubahan *focal length* yang dilakukan secara optikal, sehingga dapat merubah sudut pandang tanpa merubah posisi kamera. Dapat berfungsi untuk melakukan perbesaran gambar tanpa perlu melakukan pergerakan pada fisik kamera.

(Brown, 2012)



Sumber:

<https://www.pinterest.com/pin/93942342203574066/>

**Gambar 3. Ilustrasi pergerakan kamera**

### Digital Video Camera

*Digital video camera* merupakan perangkat keras yang digunakan untuk menangkap gambar yang berupa cahaya menjadi video. Perangkat digital memungkinkan untuk merubah setiap cahaya yang ditangkap ke dalam bentuk data yang kemudian dapat digunakan dalam proses *editing* atau *viewing* (Brown, 2012).



Sumber: <https://www.amazon.com/Sony-HXR-NX5R-Professional-Camcorder-Built/dp/B01M12CZ5S>

**Gambar 4. Digital Video Camera Sony HXR-NX5**

### Dataton Watchout

Dataton Watchout merupakan perangkat lunak *multi-display*, yang dapat digunakan untuk memadukan berbagai jenis media, berupa video, gambar, grafis, yang *live feed* dan suara, yang kemudian ditampilkan dalam beberapa layar sekaligus. Pengoperasian dari tayangan yang muncul dapat mengikuti kontrol sesuai settingan yang telah dibuat.



Sumber: [http://www.worshipfacilities.com/article/dataton\\_ab\\_dataton\\_watchout\\_6\\_np\\_13344](http://www.worshipfacilities.com/article/dataton_ab_dataton_watchout_6_np_13344)

**Gambar 5. Tampilan perangkat lunak Dataton Watchout**

### Army of God Gereja Mawar Sharon

Gereja Mawar Sharon dimulai dari sebuah persekutuan doa “Febe” yang berlokasi di jalan Cempaka. Hingga pada tahun 7 April 1990 persekutuan doa ini resmi menjadi Gereja Mawar Sharon. Pelayanan Gereja Mawar Sharon terus berkembang hingga saat ini tidak hanya di Surabaya, namun juga hingga ke kota-kota yang ada di Indonesia. Dalam sejarah perkembangannya, anak muda tidak hanya menjadi pelengkap saja namun berperan penting dalam mendukung perkembangan pelayanan gereja. Pada tahun 2010, ibadah anak muda Gereja Mawar Sharon disebut dengan Army of God. Menjunjung visi “*Highly Spiritual, Highly Intellectual, Highly Influential*”, ibadah AOG bertujuan untuk mempersiapkan anak muda sebagai generasi penerus yang tidak hanya kuat dalam spiritual, namun juga dalam intelektual serta menjadi pengaruh dimanapun mereka berada (*Upon This Rock I Will Build My Church*, 2014).

Ibadah Army of God yang dihadiri anak muda di Surabaya, diadakan setiap hari Sabtu pukul 4 sore dan Minggu pukul 1 siang. Ibadah hari Minggu dikhususkan bagi mahasiswa, sedangkan ibadah hari Sabtu lebih dikhususkan bagi usia pelajar SMP dan SMA (12-18 Tahun). Ibadah dibuka dengan pujian dan penyembahan yang dibawakan oleh tim *praise and worship*, dan jemaat yang hadir diajak untuk turut memuji Tuhan dengan lagu yang dibawakan. Ibadah dilanjutkan dengan pemberitaan firman yang dibawakan oleh pembicara yang ada, dan kemudian ibadah ditutup dalam doa.

Struktur dari kepengurusan Army of God dibagi dalam pengembalaan dan pelayanan. Keduanya dipimpin oleh Pastor Margaret Wu selaku gembala Army of God Surabaya. Dalam pengembalaan, terdapat Team Leader yang bertugas sebagai wakil gembala yang bertanggung jawab untuk memimpin jemaat yang terbagi dalam kelompok sel dengan sebutan *Connect Group*. Sedangkan dalam pelayanan, terdapat koordinator untuk masing-masing pelayanan seperti *Praise & Worship, Creative Ministry, Pendoa, Usher*, dan sebagainya. Tim pelayanan ini yang nantinya bertanggung jawab untuk memastikan jalannya ibadah Army of God setiap minggunya.

### Tinjauan Permasalahan Objek dan Subjek Perancangan

#### Tinjauan Permasalahan

Perkembangan generasi turut serta membentuk sebuah pola yang baru, di mana pola ini tidak dapat disamakan dengan pola generasi-generasi sebelumnya. Sama dengan generasi Z yang muncul sebagai generasi penerus, untuk dapat terus menjadi

relevan maka diperlukan adaptasi dalam metode yang digunakan dalam penyampaian sebuah pesan agar pesan tersebut dapat benar-benar diterima oleh *audience* generasi Z. Gereja harus tanggap dalam menyikapi perubahan yang ada, supaya kebutuhan yang muncul dalam era generasi Z ini dapat terpenuhi, dan peran gereja untuk menjangkau tidak terputus pada generasi sebelumnya saja, namun dapat terus diwariskan.

Salah satu kebutuhan yang mendesak bagi generasi Z sendiri adalah dalam penggunaan visual. Bagi mereka, visual menjadi salah satu kebutuhan yang tidak dapat di-duakan, karena dalam kehidupan sehari-hari mereka sudah sangat akrab dan terbiasa segala sesuatu diberikan secara visual. Untuk itu, metode dalam penyampaian pesan bagi generasi Z perlu diubah dengan memberikan sentuhan visual, sehingga tetap dapat menjadi media yang relevan bagi mereka.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh Lady Siswono selaku *show director* dari ibadah Army of God, banyak jemaat yang ditemukan sulit untuk fokus mengikuti ibadah yang sedang berlangsung. Ketika mereka merasa bosan, maka mereka akan mencari aktifitas lain seperti berbicara satu sama lain atau pergi ke toilet saat ibadah berlangsung (wawancara, 22 Maret 2018).

#### Fakta-Fakta Lapangan

Sebanyak 41% gen Z menghabiskan lebih dari tiga jam per hari di depan komputer untuk hal-hal yang tidak berhubungan dengan sekolah. Selain itu gen Z juga sangat akrab dengan berbagai aplikasi berbasis visual seperti Instagram, Youtube, Netflix dan masih banyak lagi. (Stillman, 2017).

Kondisi ini menjadi tanda yang nyata bahwa kehidupan gen Z tidak bisa dilepaskan dengan visual. Dalam pengoperasian komputer, perangkat lunak pada masa sekarang sangat mengandalkan *user-interface* dalam penggunaannya. Pengguna hanya perlu melihat dan mengarahkan kursor ke arah yang ingin dituju. Instagram sebagai salah satu media sosial yang sangat berbasis gambar, karena penggunaannya dituntut untuk membagikan gambar ataupun video yang bisa diakses oleh sesama pengguna lainnya. Penggunaan visual bukan hanya karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan, tetapi media ini benar-benar dapat berhubungan langsung pada generasi Z.

Melvin sebagai salah satu jemaat yang berusia 18 tahun dan sudah beribadah di Gereja Mawar Sharon selama 4 tahun, merasa bahwa adanya visual yang variatif seperti lirik animasi dapat menjadi satu daya tarik dalam menjalani ibadah. Adanya animasi membuat jalannya ibadah lebih bervariasi dan tidak membosankan. Jemaat lain yang sependapat

pentingnya peran animasi ini dalam jalannya ibadah adalah Mikhael, yang sudah beribadah di Gereja Mawar Sharon selama 3 tahun sejak usia 13 tahun. Baginya dengan menambahkan animasi untuk menggantikan tampilan teks seperti biasa dapat menjadi sebuah *wow factor* yang dapat menarik perhatian anak muda (wawancara, 21 Maret 2018).

#### Analisis Masalah

Dari kondisi yang ada di ibadah Army of God, metode penggunaan media yang ada masih berdasarkan cara yang dipakai untuk jemaat usia dewasa. Penggunaan visual untuk jemaat usia dewasa ini justru diminimalkan supaya media dapat menjadi sederhana dan mudah terbaca.

Anak muda yang menginjak usia SMP dan SMA (12-18 tahun) memasuki masa yang sangat vital, karena bagi mereka usia ini adalah masa pencarian jati diri. Sehingga usia ini sangat tepat untuk dijadikan momen untuk membangun karakter mereka, termasuk secara spiritual di mana ini menjadi tanggung jawab gereja. Gereja Mawar Sharon melalui ibadah Army of God menjadi wadah bagi anak muda untuk dapat dididik dan mengenal Firman Tuhan sejak di usia mereka sekarang. Ibadah ini dilaksanakan di Surabaya yang tergolong sebagai kota yang maju, sehingga perkembangan teknologi sangat terasa dalam banyak hal. Selain itu kemudahan informasi membuat anak di usia ini pun mudah untuk mengakses berbagai informasi dan mengetahui perkembangan tren yang ada. Tantangan bagi Gereja Mawar Sharon karena ibadah ini diadakan pada Sabtu sore, yang merupakan waktu untuk jalan-jalan atau kegiatan lainnya. Ditambah lagi karakteristik generasi Z yang sangat mudah bosan, maka diperlukan cara yang efektif untuk dapat menjangkau anak muda di usia generasi Z. Salah satu cara adalah dengan memaksimalkan penggunaan visual dalam ibadah, sehingga memiliki daya tarik bagi mereka untuk mengikuti ibadah.

#### Konsep Perancangan

*Motion graphic* berupa lirik animasi yang digunakan dalam ibadah Army of God Gereja Mawar Sharon. Perancangan memanfaatkan LED Screen yang terdapat di ruang ibadah Gereja Mawar Sharon untuk menampilkan lirik dalam bentuk animasi, sehingga lirik tampil dengan gerakan serta latar yang disesuaikan dengan nuansa yang dibawakan. Lirik juga ditampilkan sesuai dengan bagian lagu yang dinyanyikan. Selain itu lirik animasi tersebut akan dipadukan dengan *live feed* yang berasal dari kamera video, sehingga gambar pemimpin pujian dapat ditampilkan secara langsung serta menjadi bagian dari desain lirik animasi yang disajikan.

## Karya Perancangan

### Lagu 1: Army of God

Pesan Lagu : Mengajak umat Tuhan untuk bangkit serta bergairah dalam memberitakan injil.  
 Warna : Merah – Hitam – Krem  
 Karakteristik : *Cityscape, Sunburst*  
 Konsep : Warna merah dan hitam dipilih untuk menunjukkan kesan yang tegas dan berani sebagai tentara. Cityscape dipakai sebagai gambaran untuk sebuah kota, dimana lagu ini juga menyiratkan pesan sebagai tentara Tuhan yang berdampak bagi kota.



Gambar 6. Lirik animasi lagu “Army of God”

### Lagu 2: Nyalakan Api-Mu

Pesan Lagu : Api Roh Kudus yang berkobar dalam setiap umat Tuhan untuk mengobarkan tekad dalam memberitakan injil ke semua orang.  
 Warna : Merah – Biru Tua  
 Karakteristik : *Line, V Shape*  
 Konsep : Merah dan biru merupakan warna yang identik untuk menggambarkan api, sesuai dengan isi dari lagu ini. Wujud huruf “V” yang mengarah ke atas menggambarkan sifat api yang mudah untuk menyebar, sehingga semangat dan gairah dalam memberitakan injil menjadi sesuatu yang dapat ditularkan juga kepada sesama umat Tuhan.



Gambar 7. Lirik animasi lagu “Nyalakan Api-Mu”

### Lagu 3: Kukan Bangkit

Pesan Lagu : Panggilan yang Tuhan berikan untuk setiap umat-Nya agar dapat memberitakan kebenaran Firman Tuhan kepada setiap orang.  
 Warna : Oranye – Biru Ungu  
 Karakteristik : *Pop Out Text, Grunge*

Konsep : Lirik lagu ini membawa sebuah ajakan untuk bangkit, karena itu ajakan ini digambarkan dengan sebuah seruan. Alat yang identik dengan seruan adalah megafon. Efek tulisan dibuat seakan-akan sebuah teriakan untuk menggambarkan kesan dari sebuah seruan tersebut. Warna oranye dipilih karena identik dengan semangat yang juga tersirat di lagu ini.



Gambar 8. Lirik animasi lagu “Kukan Bangkit”

### Lagu 4: Revival

Pesan Lagu : Menceritakan sebuah doa dan kerinduan untuk melihat terjadinya kebangunan rohani bagi sebuah generasi  
 Warna : Merah – Biru  
 Karakteristik : *Langit, Bintang, Harapan, Goresan Tinta*  
 Konsep : Warna biru untuk menggambarkan langit sebagai perlambangan harapan. Selain itu warna merah diberikan untuk mengimbangi warna biru sehingga tetap memiliki kesan yang kuat dan tegas yang juga tersirat dalam lagu ini.



Gambar 9. Lirik animasi lagu “Revival”

### Lagu 5: Wake

Pesan Lagu : Merefleksikan kasih dan hasrat hati Tuhan supaya setiap orang dapat mengenal Tuhan.  
 Warna : Merah – Kuning – Biru – Hitam – Putih  
 Karakteristik : *Line, Photo Collage*  
 Konsep : Lingkaran di tengah menggambarkan sebuah pusat, dimana isi dari lagu ini menceritakan tentang pusat hati Tuhan. Arti kata *wake* yang berarti bangun, digambarkan dengan bentuk menyerupai garis detak jantung dengan efek organik sehingga terlihat kehidupan yang menggambarkan bangun itu sendiri. Garis lingkaran yang bertumpuk



sebagai visualiasi dari “tak terbatas”, yang berarti juga selamanya dalam part “forever” lagu ini.



**Gambar 10.** Lirik animasi lagu “Wake”

## Hasil Penerapan Perancangan

Berdasarkan penuturan yang disampaikan oleh beberapa jemaat yang hadir, mereka melihat salah satu perbedaan yang mencolok dibandingkan ibadah sebelumnya adalah pada penggunaan lirik animasi. Bagi mereka, adanya lirik animasi yang mendukung jalannya ibadah terlihat menarik. Menurut Gabriella, salah satu jemaat yang berusia 15 tahun, lirik animasi yang menarik dapat membuatnya lebih semangat dalam mengikuti ibadah. “Kesan pertama yang paling berbeda ada pada tayangan tampilan lirik, terlihat berbeda dan keren. Efek paling keren karena gambar kamera bisa memiliki efek.” Bagi Gabriella, lirik animasi penting karena dapat menjadi salah satu identitas yang menunjukkan ibadah anak muda. Elena, jemaat yang berusia 16 tahun masih sependapat dengan Gabriella. “Lirik yang ditampilkan sangat keren dan membuat aku tertarik untuk mengikuti ibadah.” Menurutnya penggunaan lirik animasi membuat suasana ibadah menjadi lebih menyenangkan, dibandingkan penggunaan lirik seperti biasa yang terasa lebih membosankan. Penampilan lirik yang berpindah-pindah tidak membuatnya kesulitan untuk mengikuti apa yang ditampilkan, malahan membuatnya lebih menarik mata jemaat untuk tetap mengikuti tampilan yang diberikan. Mereka berduapun setuju bila penggunaan lirik animasi diaplikasikan setiap minggu sehingga membuat ibadah lebih menarik (wawancara, 7 Juni 2018).

Dari pengamatan Carissa sebagai salah satu tim *service management*, penggunaan lirik animasi sangat membantu untuk menarik perhatian jemaat yang hadir. “Dari awal jalannya ibadah sampai selesai aku tidak pernah melihat jemaat begitu antusias dan bagaimana atensi mereka dapat terpusat kedepan.” Carissa melihat bagaimana jemaat menjadi lebih antusias dan membangun antisipasi jemaat untuk menantikan tampilan apa yang muncul berikutnya. Sehingga penggunaan lirik animasi sangat efektif untuk menangkap perhatian jemaat agar tetap terfokus dalam jalannya ibadah (wawancara, 12 Mei 2018).

## Simpulan

Dalam perancangan lirik animasi, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian desain yang dipilih dengan tema acara, sehingga lirik animasi yang dibuat dapat mencerminkan pesan yang dibawakan dalam acara tersebut. Tren desain yang sesuai dengan anak muda juga menjadi pertimbangan yang penting dalam memilih jenis desain. Selain itu hal yang perlu diperhatikan adalah keterbacaan teks lirik, dimana perlu adanya kombinasi yang tepat antara lirik, latar dan objek desain sehingga tidak bertabrakan dan nyaman untuk dibaca. Penampilan lirik juga perlu diperhatikan karena sifatnya sebagai alat bantu jemaat untuk mengikuti jalannya ibadah, sehingga lirik animasi harus keluar sedikit lebih awal sebelum bagian tersebut dinyanyikan untuk membantu jemaat membaca lirik sehingga dapat mengikuti lagu yang sedang dinyanyikan.

## Daftar Pustaka

- Bellantoni, J. Woolman, M. (1999). *Type in motion*. London: Thames & Hudson.
- Betancourt, M. (2012, Januari). *The origins of motion graphics*. Retrieved from <http://www.cinegraphic.net/article.php?story=20130306203217744>
- Brown, B. (2012) *Cinematography : theory and practice : image making for cinematographers and directors*: Focal Press.
- Cinemags. (2004). *The making of animation: homeland*. Bandung: PT Megindo Tunggal Sejahtera Indonesia.
- Cone, J. (2008, Oktober) *Motion Graphics or Motion Design?*. Retrieved from <http://motionographer.com/2008/10/24/motion-graphics-or-motion-design/>
- Dataton. (2018) *Dataton watchout introduction*. Retrieved from <https://www.dataton.com/products/watchout>
- Hillsong Collected. (2013, March 5) *How production design changed my view of church*. (n.d.). Retrieved from <https://hillsong.com/collected/blog/2013/03/how-production-design-changed-my-view-of-church/>
- Ng, T. (2018). *Constructivism movement overview and analysis*. Retrieved from <http://www.theartstory.org/movement-constructivism.htm>

- Pilling, J. (2001). *Animation : 2D and beyond*: RotoVision SA.
- Rahmawati, D. (2018). *Millenials and I-generation life*: Laksana.
- Reilly, P. (2012). *Understanding and teaching generation Y. English Teaching Forum Number 1 year 2012*.
- Solsman, Joan E. (2014). *The surprising rise of YouTube lyrics videos*. Retrived from <https://www.cnet.com/news/the-rise-and-rise-of-youtube-lyrics-videos/>
- Stillman, D., Stillman, J. (2017). *Generasi Z memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tapscott, D. (2013). *Grown up digital yang muda yang mengubah dunia*. Surabaya: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Upon this rock I will build my church*. (2014). Surabaya: Pusataka Rajawali
- Woolman, M. (2005). *Type in motion 2*. London: Thames & Hudson.