

## Pemanfaatan Motion Graphic Animasi 2D Sebagai Media Promosi

Ria Andriani <sup>1)</sup>, Tasya Fadila Serdin<sup>2)</sup>, Agus Endra Fiana <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta

email : [ria@amikom.ac.id](mailto:ria@amikom.ac.id)<sup>1)</sup>, [tasya.17@students.amikom.ac.id](mailto:tasya.17@students.amikom.ac.id)<sup>2)</sup> [agus.fi@students.amikom.ac.id](mailto:agus.fi@students.amikom.ac.id)<sup>3)</sup>

### Abstraksi

Peranan media promosi dalam menyajikan informasi lengkap sangat dibutuhkan di era teknologi sekarang. Dalam bidang usaha, instansi, organisasi, atau individu, semuanya membutuhkan adanya media promosi guna memberikan info terbaru terkait suatu produk jasa atau barang yang akan ditawarkan. Saat ini social media merupakan salah satu wadah dalam memberikan informasi. Permasalahan yang sering terjadi Yogyakarta dalam melakukan promosi ke masyarakat kurangnya memanfaatkan media untuk melakukan promosi sehingga banyak calon mahasiswa kebingungan apa saja yang akan di dapatkan selama kuliah ketika mengambil konsentrasi. Di sisi lain banyak pertanyaan yang terus bermunculan dari mahasiswa ke Prodi D3 Teknik Informatika baik bertanya langsung atau secara personal maupun di media sosial prodi sehingga membutuhkan banyak waktu untuk menjelaskan kepada setiap mahasiswa yang bertanya, hal tersebut tentu saja tidak efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan promosi.

Hasil penelitian ini berupa video animasi motion graphic 2D dan sudah diimplementasikan oleh pihak Prodi D3 Teknik Informatika melalui Instagram Prodi yaitu @prodid3ti. Dari animasi yang sudah di unggah dan mendapatkan insight cukup tinggi, harapannya ialah dapat membantu promosi Prodi untuk dikenal secara luas di social media.

**Kata Kunci :** Motion Graphic, Sosial Media, dan Promosi

### Abstract

*The role of promotional media in presenting complete information is needed in today's technological era. In the field of business, agencies, organizations, or individuals, all of them need a promotional media to provide the latest information related to a product, service or goods to be offered. Currently, social media is a place to provide information. The problem that often occurs in Yogyakarta in promoting to the community is the lack of using the media to promote so that many prospective students are confused about what they will get during college when taking concentration. On the other hand, many questions keep popping up from students to the Informatics Engineering D3 Study Program either directly or personally or on the study program's social media so it takes a lot of time to explain to each student who asks, this is of course not effective and efficient in carrying out promotional activities .*

*The results of this study are in the form of 2D motion graphic animation videos and have been implemented by the Informatics Engineering D3 Study Program through the Study Program's Instagram, namely @prodid3ti. From the animations that have been uploaded and get quite high insight, the hope is that it can help the promotion of the Study Program to be widely known on social media.*

**Keywords :** Motion Graphic, Social Media, and Promotion

### Pendahuluan

Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai Peranan media promosi dalam menyajikan informasi lengkap sangat dibutuhkan di era teknologi industri sekarang. Dalam bidang usaha, instansi, organisasi, atau individu, semuanya membutuhkan adanya media promosi guna memberikan info terbaru terkait suatu produk jasa atau barang yang akan ditawarkan.

Mengikuti perkembangan teknologi saat ini social media menjadi wadah kebutuhan masyarakat dan instansi dalam menyajikan informasi. Maka iklan yang dikemas dengan animasi memudahkan masyarakat dalam menerima penjelasan yang terkait. Animasi tidak hanya sebagai sebuah cuplikan video hiburan, melainkan sebuah media pembelajaran dan penyampaian informasi. Iklan yang menggunakan

animasi menjadikan salah satu alternative dalam memberikan informasi yang cepat dan akurat sehingga dapat menarik perhatian masyarakat.

Permasalahan yang sering terjadi di Prodi D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta, yaitu dalam melakukan promosi ke masyarakat kurangnya memanfaatkan media untuk melakukan promosi sehingga banyak calon mahasiswa kebingungan apa saja yang akan di dapatkan selama kuliah ketika mengambil konsentrasi. Di sisi lain banyak pertanyaan yang terus bermunculan dari mahasiswa ke prodi D3 Teknik Informatika baik yang bertanya langsung atau secara personal maupun di media sosial prodi, sehingga membutuhkan banyak waktu untuk menjelaskan kepada setiap mahasiswa

yang bertanya, hal tersebut tentu saja tidak efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan promosi.

Dari permasalahan yang sudah di paparkan maka penelitian ini akan membuat sebuah media interaktif berbasis multimedia berbentuk video animasi motion graphic 2D untuk menyampaikan informasi tentang konsentrasi di Prodi D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta. Video animasi menggunakan motion graphic 2D untuk mempermudah penyampaian informasi dan promosi terhadap siapapun yang melihatnya. Berdasarkan proses yang telah dikemas secara sederhana dengan penyampaian yang jelas dan menerapkan audio serta visual sehingga animasi tersebut mudah untuk dipahami.

### Tinjauan Pustaka

Penelitian dibidang animasi 2D sudah banyak dilakukan sebelumnya, berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang membahas tema yang serupa, yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Reno dkk tahun (2018) yang berjudul “Implementasi Motion Grafis Video Animasi 2D Untuk Pengenalan Nirmana”. Tujuan penelitian ini diharapkan membangun semangat dalam berkarya di dunia animasi yang berbasis motion graphic 2D. Penelitian ini berhasil membuat video pembelajaran animasi dengan menggunakan animasi motion graphic 2D yang disimpan pada DVD dan diberikan kepada pihak PAUD Tri Bunda sebagai bahan media pembelajaran tahun ajaran berikutnya dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan penelitian selanjutnya yang akan dikembangkan ke tahapan yang lebih luas lagi.[1]

Penelitian selanjutnya memperkenalkan Zetizen Batam Pos oleh Rahmat Zainur Fujianto dan Condra Antoni tahun (2020) yang berjudul “Produksi dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos”. Penelitian ini melakukan implementasi motion graphic sebagai promosi dan informasi yang berisikan memperkenalkan Zetizen Batam Pos dengan menggunakan metode pemasaran EPIC model yang memiliki empat dimensi kritis, yaitu Emphaty, Persuasion, Impact, dan Communication. Hasil dari penelitian ini dikemas dengan animasi motion graphic 2D dengan menggunakan teknik-teknik animasi yang ada. Penelitian ini diharapkan memberikan peningkatan informasi tentang gaya hidup dan keseharian remaja pada remaja berusia 13 sampai 20 tahun secara luas di media sosial. [2]

Penelitian selanjutnya berlandaskan Rama Aryobimo Simanjutak dan Deli tahun (2020) pada jurnal “Studi Penerapan Animasi dan Motion Graphic Dalam Meningkatkan Kualitas Iklan Digital”. Penelitian ini memfokuskan hal-hal yang berkaitan dengan penerapan animasi dan motion graphic dalam pembuatan konten iklan digital. Hasil penelitian ini berhasil membangkitkan simpati dan pengambilan keputusan untuk mengikuti pesan yang disampaikan, meskipun informasi yang sudah disampaikan masih

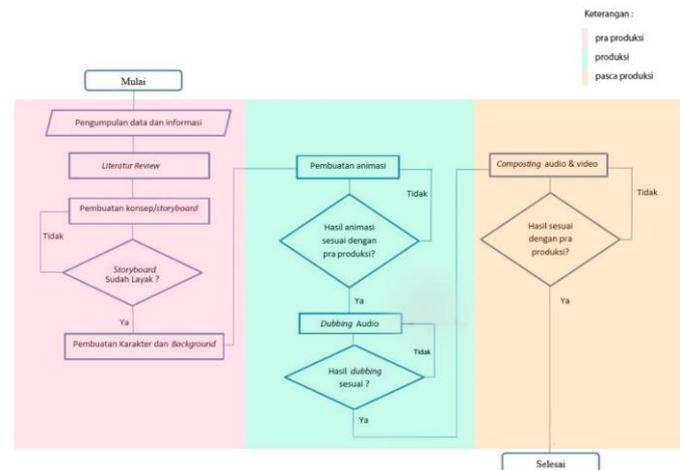
belum tepat sasaran secara personal bagi pengguna media sosial. [3]

Penelitian berikutnya membangun media penyuluhan iklan masyarakat dengan menggunakan motion graphic, penelitian ini dilakukan oleh Rayhan Helsa Fajri, Zubaidah, Eliya Pebriyeni tahun (2018) pada jurnal “Perancangan Motion Graphic Sebagai Iklan Layanan Pentingnya Imunisasi Bagi Anak Sejak Usia Dini Di Kota Bukittinggi”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi seputar imunisasi usia dini agar mengurangi penyakit tertentu serta menambah wawasan bagi ibu muda dikalangan 20 tahun hingga 40 tahun, dengan membantu Dinas Kesehatan dalam mengedukasi masyarakat kota Bukittinggi . Hasil perancangan motion graphic sebagai iklan layanan masyarakat di kota Bukittinggi dengan dibantu pendukung lainnya seperti, cover CD, CD label, Poster, handuk, X-Banner, baju, Tote Bag, dan Snapback. [4]

### Metode Penelitian

#### Alur Penelitian

Adapun alur penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian

#### 1. Pra-Produksi

Pra produksi merupakan tahapan persiapan sebelum memasuki tahapan produksi. Pada tahapan ini ide dan konsep sangat dibutuhkan dalam perancangan agar sesuai alur dan konsep yang telah ditentukan

##### a. Pengumpulan Data dan Informasi

Melihat permasalahan pada Prodi D3 Universitas Amikom Yogyakarta Sebelum membuat ide dan konsep langkah awal yang dilakukan ialah melakukan pengumpulan data dan informasi apa saja yang akan ditampilkan pada video animasi *motion graphic*

##### b. Literatur Review

Sebagai referensi untuk mempermudah proses pembuatan maka penulis melakukan *literature review*

pada penelitian sebelumnya yang bergerak dalam bidang serupa yaitu animasi *motion graphic* 2D.

**c. Ide dan Konsep**

Setelah melakukan pengumpulan data/informasi dan *literature review* pada penelitian sebelumnya, maka untuk mempermudah visualisasi animasi ialah merancang konsep pada ide yang sudah di bahas sebelumnya untuk menentukan isi dalam video, karakter dalam video, dan *background* apa saja yang akan ditampilkan pada video.

**d. Naskah dan Storyboard**

Setelah mematangkan ide dan konsep, tahapan selanjutnya ialah membuat naskah yang membantu alur pada cerita animasi *motion graphic* 2D. Sebagai landasan terpenting tanpa adanya naskah, hasil animasi akan menjadi tidak maksimal, karena tidak ada pesan yang terdapat pada suatu video.

Tahapan selanjutnya ialah membuat *storyboard* guna mempermudah visualisi dalam *editing* animasi *motion graphic* 2D. *Storyboard* sangat dibutuhkan dalam proses penentuan *angel* video yang akan ditampilkan.

Tabel 1. Data Transaksi Pembelian

No	Scene	Durasi	Narasi
1		00:00-00:20	Hai sahabat kampus ungu masih bingung pilih jurusany yang mana Kamu tertarik dengan <i>coding</i> , jaringan atau dunia anmasi Mau tau jawabannya
2		00:20-00:29	Yuk bergabung di D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta
3		00:29-00:42	Memiliki konsentrasi unggulan <i>Web development Network computer</i> Dan animasi 2D

4			Ada banyak pilihan profesi loh Sesuai konsentrasi yang kamu pilih
5		00:53-01:20	Sudah tau alamatnya Alamat universitas amikom Yogyakarta di Jl. Ringroad Utara, Ngringin, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
6		01:20-01:28	Atau cari tau informasi di <a href="http://pmb.ac.id">pmb.ac.id</a>

**e. Desain Karakter dan Background**

Setelah melakukan pembuatan *storyboard*, langkah selanjutnya membuat perancangan karakter yang akan ditampilkan dalam video animasi *motion graphic* 2D serta *background* dasar yang akan digunakan pada video.

**f. Desain Asset**

*Asset* berfungsi untuk mempermanis *background* dan menambahkan nilai visualisme pada video.

**2. Produksi**

Pada tahapan ini merupakan realisasi dari Pra-Produksi untuk menghasilkan sebuah video animasi *motion graphic* 2D

**a. Compositing**

*Compositing* ialah menggabungkan *background*, *asset* dan karakter yang telah disusun pada *storyboard*. *Compositing* menghasilkan *scene* pada gambar yang telah dibuat sehingga menjadikan per-*scene* dalam video, setelah melakukan tahapan per-*scene* selanjutnya melakukan penggabungan setiap *scene* hingga menjadi satu video

**b. Voice Over (VO)**

Pada proses pengisian suara bertujuan untuk memperjelas informasi pada setiap *scene* yang ditampilkan dalam video untuk mempermudah *audiens* melihat dan mendengarkan animasi *motion graphic* 2D ini.

### 3. Pasca Produksi

Tahapan ini menjelaskan tahapan proses produksi yang telah selesai dan meminta persetujuan kepada pihak prodi apakah video yang telah dibuat sudah sesuai yang diharapkan.

a. **Editing**

Pada bagian editing melakukan penggabungan video, *voice over*, dan *background* yang dibutuhkan untuk mendapatkan visualisasi yang lebih menarik.

b. **Final Editing (Rendering)**

*Rendering* merupakan tahapan akhir dalam proses pembuatan animasi *motion graphic* 2D dan menjadi sebuah video yang sempurna dan sesuai harapan agar segera di publikasi ke *social media* prodi.

### Hasil dan Pembahasan

Pada bagian menjelaskan hasil yang sudah dibuat.

1. Scene 1 Perkenalan

Pada *scene* ini menjelaskan tentang perkenalan dengan memberikan sapaan yaitu “sahabat kampus ungu”, berfungsi sebagai narasumber yang menanyakan apakah menyukai *coding*, jaringan, atau animasi. Scene 01 merupakan karakter perempuan muncul yang menyapa *audience* dengan memperkenalkan dirinya. Perkiraan durasi dalam *scene* ini ialah 20 detik, adapun tampilannya dapat dilihat pada gambar 2 berikut



Gambar 2. Scene Perkenalan

2. Scene 2 Ajakan

Dalam *scene* ini VO mengajak *audience* untuk bergabung ke Prodi D3 Universitas Amikom Yogyakarta. Bagian ini menampilkan gedung Universitas Amikom Yogyakarta perkiran durasi ini adalah 9 detik, seperti pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Scene Ajakan

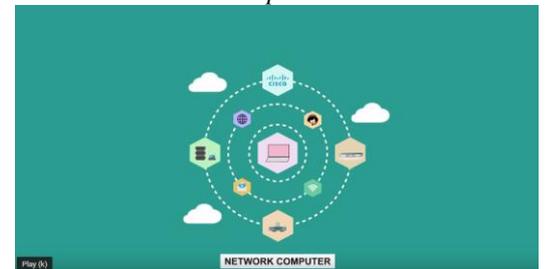
3. Scene 3 Konsentrasi

Selanjutnya di *scene* 3 menampilkan konsentrasi terbaik Prodi D3 Teknik Informatika, untuk mempermudah baik

calon mahasiswa atau masyarakat umum yang melihatnya tertarik dengan Prodi ini. Adapun *scene* 3 tentang konsentrasi perkiraan durasi ialah 19 detik, dapat dilihat pada gambar 4,5,6 berikut.



Gambar 4. Scene 3 Konsentrasi Web Development



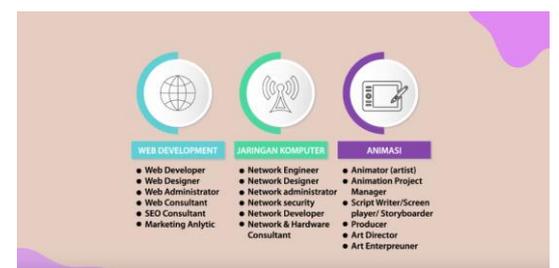
Gambar 5. Scene 3 Konsentrasi Computer Network



Gambar 6. Scene 3 Konsentrasi animasi 2D

4. Scene 4 Profesi dunia kerja

Bagian ini menampilkan informasi beberapa profesi yang sesuai dengan konsentrasi Prodi D3 Teknik Informatika. Untuk mempermudah mahasiswa atau masyarakat agar mempersiapkan jenjang karirnya di Prodi D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta. Perkiraan durasi ialah 11 detik, dapat dilihat pada gambar 7 berikut.



Gambar 7. Scene 4 Profesi

5. Scene 5 Alamat Universitas Amikom Yogyakarta  
Bagian ini menampilkan letak kampus Universitas Amikom Yogyakarta, untuk mempermudah masyarakat luar Yogyakarta mengetahui. Durasi pada bagian ini ialah 27 detik, dapat dilihat pada gambar 8 berikut.



Gambar 8. Scene 5 Alamat

6. Scene 6 Informasi Pendaftaran  
Agar mempermudah dan mempersingkat penyampaian dalam informasi pendaftaran pada video animasi mencantumkan link [pmb.amikom.ac.id](http://pmb.amikom.ac.id). Durasi pada scene ini ialah 8 detik, seperti pada gambar 9 berikut.



Gambar 9. Scene 6 Info Pendaftaran

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan paparan pembuatan media promosi untuk Prodi D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta menggunakan *motion graphic* 2D sebagai terobosan baru dari berbagai media promosi lainnya. Video animasi yang berdurasi 1 menit 36 detik dengan format mp4 yang memiliki kapasitas sebesar 78.6 Mb dan memiliki FPS (*Frame Per Second*) sebanyak 59. Adapun solusi dalam penyampaian informasi dan promosi yang bersumber dari permasalahan dan telah dituangkan pada batasan masalah, maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Ada beberapa tahapan proses yang dilalui dalam pembuatan animasi *motion graphic* 2D sebagai penyampai informasi yang singkat dan menarik, tahap pertama ialah pra-produksi, tahap kedua produksi, dan yang terakhir ialah pasca produksi.

2. Promosi guna meningkatkan *branding* Prodi D3 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta di kalangan masyarakat luas.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah di paparkan, maka penulis memberikan saran berikut:

1. Dalam tahap pra-produksi untuk lebih banyak membaca dan *brainstroming* untuk menjelaskan secara detail dan singkat tentang prodi D3 Teknik Informatika.
2. Diharapkan adanya visualisasi dan audio yang menarik seperti, *effect* transisi, karakter, *background*, *backsound*, dan *voice over* untuk menampilkan hasil yang terbaik dan mudah dipahami *audience*.

### Daftar Pustaka

- [1] T. Reno, A. U. Siahaan and Alfian, "Journal of Digital Education, Communication, and Arts, *Implementasi Motion Grafis Video Animasi 2d Untuk Pengenalan Nirmana*, vol. I, no. 4, pp. 113-122, 2018.
- [2] A. Sidik, "Motion Graphic, Information Media, New Admissions Data," 1 Februari 2018. [Online]. Available: <http://repository.unj.ac.id>. [Accessed 12 October 2021].
- [3] R. H. Fajr and Z. E. P. , "Perancangan Motion Graphic Sebagai Iklan Layanan Pentingnya Imunisasi Bagi Anak Sejak Usia Dini Di Kota Bukittinggi," Maret 2018. [Online]. Available: <http://ejournal.unp.ac.id>. [Accessed 15 September 2021].
- [4] R. Z. Fujianto and C. Antoni, "Journal of Digital Education, Communication, and Arts," *Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos*, vol. III, no. 4, pp. 104-123, 2020.
- [5] F. R. Helsa, Zubaidah and P. Eliya, "Desain Komunikasi Visual," 15 January 2018. [Online]. Available: <http://ejournal.unp.ac.id>. [Accessed 10 September 2021].
- [6] R. A. Simanjuntak and Deli, "Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology," 12 Agustus 2020. [Online]. Available: <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbsst>. [Accessed 15 September 2021].