

## Pembuatan *Motion graphic* Menggunakan *Dolly movement* Untuk Video Prosedur Pemesanan Di Seragamin

Lambok Citra Sintia Dewi<sup>1</sup>, Anis Rahmi<sup>2</sup>

Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

---

### Article Info

#### Article history:

Received Jun 12<sup>th</sup>, 201x

Revised Aug 20<sup>th</sup>, 201x

Accepted Aug 26<sup>th</sup>, 201x

---

#### Keyword:

*Motion graphic*

*Dolly movement*

Prosedur Pemesanan

---

### ABSTRACT (10 PT)

Penelitian ini bertujuan untuk membuat video *motion graphic* bergaya *flat design cartoon style* dengan teknik *dolly movement* sebagai media informasi dan panduan pemesanan pakaian kustom secara *online* di Seragamin. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta metode pengembangan Villamil-Molina. Produk yang dihasilkan berupa video *motion graphic* berdurasi 1 menit 40 detik yang menyajikan alur pemesanan pakaian kustom secara *online* secara sistematis dan mudah dipahami. Hasil validasi oleh ahli menunjukkan bahwa video layak digunakan sebagai media informasi. Selain itu, hasil pengujian efektivitas memperoleh nilai sebesar 92,73% dengan kategori sangat baik, yang menunjukkan bahwa video *motion graphic* efektif digunakan sebagai media panduan pemesanan pakaian kustom secara *online* di Seragamin.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved.

---

### Corresponding Author:

Anis Rahmi,

Jurusan Teknik Informatika,

Politeknik Negeri Batam,

Ahmad Yani, Teluk Tering, Kec Batam Kota, Batam, Kepulauan Riau, 29461, Indonesia.

Email: anis@polibatam.ac.id

---

## 1. INTRODUCTION

Seragamin merupakan salah satu perusahaan UMKM bergerak di bidang garment sebagai penyedia seragam kasual kustom di Kota Batam yang melayani pemesanan produk kustom melalui sistem secara langsung maupun secara *online*. Produk yang ditawarkan Seragamin berupa produk pakaian kasual meliputi kaos, *polo shirt*, jaket, dan berbagai kebutuhan seragam lainnya yang dikustomisasi menggunakan teknik sablon maupun bordir. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pihak pimpinan perusahaan, ditemukan bahwa pelanggan yang melakukan pemesanan secara *online* masih sering mengalami kesulitan dalam memahami alur pemesanan, Mulai dari tahap konsultasi, pemilihan spesifikasi produk, pengiriman desain, pembayaran, proses produksi. hingga pengambilan produk. Kondisi tersebut menyebabkan munculnya pertanyaan yang berulang kepada *customer service* dan dapat menimbulkan miskomunikasi selama proses pemesanan.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara perusahaan dan pelanggan, termasuk dalam proses pemesanan produk secara *online*. Kemudahan akses informasi menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi pengalaman pelanggan dalam melakukan transaksi secara *online*[1]. Namun, tidak semua pelanggan memiliki pemahaman yang cukup mengenai prosedur pemesanan, terutama pada layanan yang melibatkan proses kustomisasi produk. Kurangnya informasi yang jelas sering kali menyebabkan kebingungan, miskomunikasi, serta ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan hasil produk yang diterima.

Untuk memperkuat temuan tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada 18 responden yang belum pernah melakukan pemesanan di Seragamin. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan adanya media informasi yang mampu menjelaskan prosedur pemesanan secara lebih jelas, ringkas dan mudah untuk di pahami [2].

Salah satu inovasi dan solusi yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif adalah dengan menggunakan *motion graphic*. *Motion graphic* merupakan bentuk komunikasi visual yang menggabungkan elemen grafis, animasi, teks, dan audio untuk menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami. Penggunaan *motion graphic* dinilai mampu meningkatkan perhatian audiens karena memadukan elemen visual bergerak, teks, dan audio sehingga pesan dapat disampaikan secara lebih dinamis dan komunikatif [3]. Selain itu, *motion graphic* juga banyak digunakan sebagai media edukasi, promosi, maupun penyampaian prosedur karena mampu menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh pengguna [4].

Agar penyampaian informasi menjadi lebih fokus dan menarik, penelitian ini menerapkan Teknik dolly movement pada *motion graphic*. Dalam penelitian ini, dolly movement digunakan sebagai pendekatan animasi pada aset grafis untuk menciptakan kesan objek bergerak maju (*dolly in*) atau mundur (*dolly out*) dengan mengadaptasi prinsip pergerakan kamera *dolly* dalam sinematografi [5]. Penerapan Teknik ini digunakan untuk mengarahkan perhatian audiens pada informasi penting, memperjelas urutan proses, serta menciptakan transisi visual yang lebih halus dan dinamis. Dengan demikian, penggunaan *dolly movement* pada aset diharapkan membantu pengguna memahami tahapan pemesanan secara lebih efektif dibandingkan penyajian informasi yang bersifat statis.

Beberapa penelitian sebelumnya telah memanfaatkan *motion graphic* sebagai media penyampaian informasi. Penelitian oleh Darwis et al [6] mengembangkan *motion graphic* untuk menjelaskan alur kerja produksi koran elektronik dan memperoleh hasil kelayakan yang tinggi berdasarkan penilaian pengguna. Ibrahim mengembangkan *motion graphic* sebagai media pembelajaran penggunaan kamera *mirrorless* dan penelitian oleh Ibrahim [7] menunjukkan bahwa media tersebut mampu meningkatkan pemahaman pengguna terhadap materi pembelajaran. Sementara itu, Daiva et al [8] menerapkan teknik dolly movement pada video personal branding untuk meningkatkan kualitas visual dan daya Tarik penyampaian pesan. Di sisi lain, penelitian *motion graphic* instruksional telah menunjukkan efektivitasnya dalam menyampaikan alur pemesana secara komunikatif. Meski demikian, kajian yang secara khusus menggabungkan *motion graphic* instruksional dengan *dolly movement* pada aset visual untuk panduan prosedur pemesanan produk kustom secara *online* masih belum banyak dibahas.

Penelitian ini bertujuan mengembangkan *motion graphic* dengan teknik *dolly movement* sebagai media informasi panduan pemesanan seragam kustom sablon dan bordir secara *online* di Seragamin. Media yang dikembangkan kemudian diuji kelayakannya melalui penelitian ahli dan penelitian pengguna untuk memastikan efektivitasnya sebagai sarana edukasi bagi calon pelanggan.

## 2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kombinasi (kualitatif dan kuantitatif) dengan penggunaan metode kualitatif deskriptif dilakukan untuk menganalisis efektivitas penerapan dari aspek desain, visual, gerak dan materi pada video *motion graphic* [9] dan penggunaan metode kuantitatif untuk mengukur kelayakan dan pemahaman terhadap video *motion graphic* panduan pemesanan di Seragamin berdasarkan persepsi audiens [10]. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, tidak hanya menghasilkan analisis mendalam mengenai proses pengembangan media, tetapi juga memperoleh data terukur mengenai kualitas dan efektivitas media yang di hasilkan.

Proses pembuatan produk multimedia berupa konten *motion graphic* ini dilakukan menggunakan metode perancangan multimedia Villamil-Molina. Teori Villamil-Molina menyediakan alur kerja yang sistematis dan terintegrasi antar proses manajemen produksi serta pengembangan multimedia [11]. Melalui lima tahapan utama yaitu *development*, *pre-production*, *production*, *post-production*, dan *delivery* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Alur Perancangan Villamil-Molina  
(Dok. Pribadi)

### 2.1. Development

Pada tahapan awal *development* dilakukan pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung di Seragamin, media sosial milik perusahaan Seragamin dan diskusi dengan pimpinan Seragamin untuk mengetahui kendala di lapangan. Berdasarkan hasil tersebut, ditemukan bahwa beban kerja *customer service* dalam melayani pemesanan *online* menjadi salah satu kendala karena Seragamin belum memiliki panduan pemesanan secara *online*. Selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum dengan jumlah responden 18 orang untuk mengidentifikasi dari segi umum dampak dari tidak adanya panduan pemesanan dengan hasil dominasi kuesioner yaitu khawatir dan bingung dalam melakukan pemesanan.

### 2.2. Pre-Production

Tahapan *pre-production* menghasilkan berupa rancangan konsep yang mencakup konsep perwujudan, konsep estetis dan visual, dan teknis untuk menciptakan hasil *motion graphic* yang terstruktur.

#### 1. Konsep Perwujudan

Pengumpulan materi dari SOP alur pemesanan Seragamin mulai dari konsultasi *customer service*, pemilihan desain, pembayaran, produksi, dan pengambilan barang. Target penonton berupa masyarakat umum yang belum pernah melakukan pemesanan di Seragamin. Menggunakan alur cerita maju dengan konflik utama yang berasal dari kekhawatiran calon pelanggan akan proses yang rumit dan hasil yang tidak sesuai keinginan. Menghasilkan naskah cerita yang berisi rangkuman informasi penting yang disusun secara berurut.

#### 2. Konsep Estetis dan visual

*Storyboard* disusun sebagai visualisasi konsep alur yang telah dirancang sekaligus menjadi acuan dalam proses pembuatan video *motion graphic*. Visual yang digunakan mengusung gaya *flat design cartoon style* dengan pendekatan minimalis sehingga informasi dapat disampaikan secara jelas, menarik dan mudah dipahami. Pemilihan warna mengacu pada identitas visual Seragamin dengan dominasi warna *Classic Blue* (#0F4C81) untuk memberikan kesan profesional, terpercaya, dan dinamis. Selain itu, video ini menerapkan teknik *dolly movement* melalui pergerakan kamera maju (*dolly in*) dan mundur (*dolly out*) terhadap objek utama yang dipadukan dengan transisi halus guna menciptakan alur visual yang lebih menarik dan nyaman diikuti.

#### 3. Teknis

Teknis pembuatan didukung oleh perangkat keras komputer serta perangkat lunak *adobe illustrator*, *adobe after effect*, dan *capcut*. *Adobe illustrator* digunakan untuk merancang aset visual, *adobe after effect* dimanfaatkan untuk proses animasi dan penyuntingan *motion graphic*, sedangkan *capcut* digunakan pada tahap penyuntingan akhir dan penggabungan video. Selain itu, pembuatan video memanfaatkan aset resmi Seragamin, seperti logo dan elemen visual lainnya, yang disesuaikan dengan gaya visual *flat design cartoon style* yang telah ditetapkan.

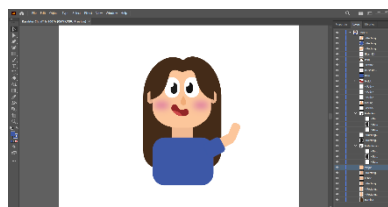
## 3. RESULT AND ANALYSIS

### 3.1. Production

Rancangan *motion graphic* selanjutnya masuk ke tahap produksi produk video *motion graphic*. Aktivitas yang berkaitan dengan tahap produksi ini berupa pembuatan desain karakter, pembuatan aset, pembuatan animasi, pengambilan suara, *editing*, dan *rendering*.

#### 1. Desain Karakter

Pengembangan karakter *motion graphic* dilakukan dalam perangkat lunak *adobe ilustrator* dengan memanfaatkan *square shape tools* dengan sudut melengkung dibentuk secara terstruktur hingga membentuk sebuah karakter dan memberikan warna pada karakter agar lebih menarik dan hidup seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.

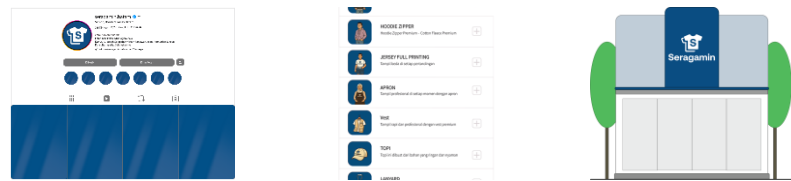


Gambar 2 Desain Karakter  
(Dok. Pribadi)

#### 2. Pembuatan Aset

Tahap selanjutnya pembuatan aset untuk kebutuhan setiap *scene* untuk mendukung penyampaian informasi melalui visual. Aset di kembangkan pada perangkat lunak *adobe ilustrator* yang disesuaikan

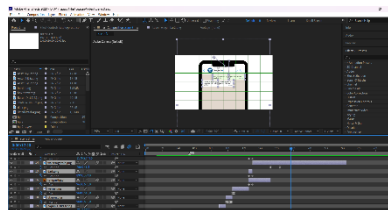
dengan gaya visual identitas perusahaan juga desain karakter dengan penggunaan warna dominan putih, biru dan abu-abu seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3 Aset Visual  
(Dok. Pribadi)

### 3. Pembuatan Animasi

Proses animasi dilakukan menggunakan *adobe after effect* untuk menghidupkan aset visual sehingga menghasilkan gerakan yang dinamis. Pada tahap ini, teknik *dolly movement* diterapkan melalui pengaturan *keyframe* untuk menghasilkan pergerakan aset yang halus, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.



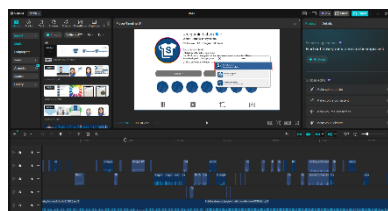
Gambar 4 Pembuatan Animasi  
(Dok. Pribadi)

### 4. Pengambilan Suara

Perekaman suara sesuai naskah cerita yang sudah dirancang. Diambil dengan nada yang ramah dan seru agar lebih informatif, dan sesuai dengan karakter *brand* Seragamin. Memilih musik latar yang energik untuk mendukung kesan gesit pada animasi.

### 5. Editing

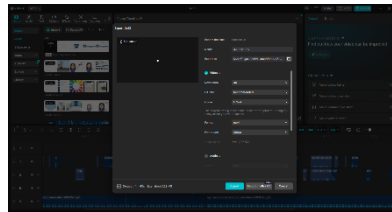
Menggabungkan setiap hasil animasi dengan rekaman suara, musik latar, dan efek suara menggunakan perangkat lunak *capcut*. Proses ini bertujuan menghasilkan *video motion graphic* yang utuh dan siap untuk tahap akhir seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5 Editing  
(Dok. Pribadi)

### 6. Rendering

Setelah melalui proses pembuatan *video motion graphic* dan konsultasi dengan dosen pembimbing, dihasilkan sebuah karya *video motion graphic* menggunakan *dolly movement* yang memberikan informasi terkait prosedur pemesanan pakaian kustom di Seragamin seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6, selanjutnya, dilakukan analisis terhadap produk tersebut.



Gambar 6 *Rendering*  
(Dok. Pribadi)

### 3.2. Post-Production

Tahap selanjutnya pengujian produk untuk menilai kelayakan video *motion graphic* sebagai media panduan pemesanan di Seragamin berdasarkan aspek yang ditentukan. Pengujian ahli dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode tiga babak yang mencakup aspek visual, tata letak, audio, gerak dan penerapan *dolly movement*. Selanjutnya, pengujian pengguna dilakukan menggunakan kuesioner skala likert untuk mengevaluasi kelayakan produk serta memperoleh tanggapan, saran dan tingkat pemahaman pengguna setelah menyaksikan video.

#### 1. Pengujian Ahli

Analisis pengujian dilakukan dengan melibatkan tiga narasumber ahli. Adapun narasumber yang memberikan penilaian terhadap video *motion graphic* adalah sebagai berikut:

- a. Narasumber 1 : Mega Puspita Sari, S.Ds., seorang profesional ahli di bidang *graphic designer* dan juga *conten creator* yang memberikan penilaian deskriptif terhadap produk video *motion graphic* melalui kuesioner pada tanggal 16 Juni 2026.
- b. Narasumber 2 : Widya Ramadhani, S.Tr.Kom., Seorang tenaga kependidikan Politeknik Negeri Batam program studi TRM dengan bidang spesialis multimedia yang memberikan penilaian deskriptif terhadap produk video *motion graphic* melalui kuesioner pada tanggal 16 Juni 2026.
- c. Narasumber 3 : Gerson Julyfer Parulian Tambun, S.Tr.T., seorang tenaga kependidikan Politeknik Negeri Batam program studi animasi dengan bidang spesialis animasi yang memberikan penilaian deskriptif terhadap produk video *motion graphic* melalui wawancara langsung pada tanggal 17 Juni 2026.

Adapun hasil pengumpulan data yang diperoleh dari jawaban penilaian ahli ditunjukkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Hasil Analisis

| No | Parameter Motion Graphic | Keterangan Elemen Visual                                                                           | Pendapat Narasumber                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Kesimpulan Pendapat Narasumber                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Aspek Visual             | Penggunaan <i>shape body square</i> melengkung dengan jenis <i>flat design cartoon character</i> . | Narasumber 1: Sudah cocok untuk memberikan kesan ramah dan tidak kaku, serta gaya <i>flat design</i> yang sederhana bisa membuat audiens lebih fokus pada informasi.<br>Narasumber 2: Penggunaan <i>shape body</i> yang digunakan sudah relevan dan efektif untuk mendukung karakter yang ramah dan informatif.<br>Narasumber 3: Pemilihan dengan sedikit melengkung atau minim garis-garis tajam sudah menandakan bahwa karakter ramah, gaya <i>flat design</i> sudah layak dan sudah baik. | Ketiga narasumber ahli menyatakan bahwa desain karakter yang digunakan telah sesuai dengan konsep video <i>motion graphic</i> . Karakter dinilai memiliki tampilan yang ramah, informatif dan tidak kaku serta penerapan gaya <i>flat design</i> dinilai layak digunakan. |
| 2  |                          | Penggunaan biru, putih dan abu-abu sebagai warna dominan.                                          | Narasumber 1: Penggunaan dominan warna biru, putih dan abu-abu cukup menarik, profesional dan sesuai dengan identitas perusahaan,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Narasumber 1 menilai penggunaan warna sudah baik untuk dilihat dan sesuai                                                                                                                                                                                                 |

|   |                  |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                  |                                                    | <p>namun terdapat perbedaan <i>tone</i> pada warna biru.</p> <p>Narasumber 2: Penggunaan warna sudah baik dan sesuai dengan identitas Seragamin, dan nyaman untuk dilihat.</p> <p>Narasumber 3: Pemilihan warna sudah cukup baik dan menjadi ide yang tepat untuk menyampaikan identitas dari perusahaan, tidak mengganggu dari <i>style</i> yang dipilih juga cocok yaitu sedikit sederhana, <i>simple</i>, tidak terlalu <i>noise</i> sehingga lebih fokus ke informasi yang ingin disampaikan.</p> | <p>dengan identitas Seragamin, sementara</p> <p>Narasumber 2 menyarankan untuk menggunakan satu kode warna biru yang konsisten untuk menjaga konsistensi <i>branding</i> perusahaan, dan</p> <p>Narasumber 3 menilai pemilihan warna sudah cukup baik, tidak mengganggu sehingga lebih fokus ke informasi yang di sampaikan.</p> |
| 3 | Aspek Tata Letak | Penempatan tata letak pada elemen dan aset visual. | <p>Narasumber 1: Penerapan elemen dan aset visual sudah cukup baik, informasi di area <i>center</i> membantu audiens menangkap informasi dan segi visual <i>hierarchy</i> juga sudah jelas.</p> <p>Narasumber 2: Tata letak sudah cukup terstruktur untuk audiens mengikuti alur informasi dengan mudah.</p> <p>Narasumber 3: komposisi objek sudah baik namun ada beberapa yang perlu di <i>improve</i> agar lebih oke.</p>                                                                          | Ketiga narasumber menilai bahwa tata letak, elemen dan aset visual telah tersusun dengan baik dan jelas, meskipun beberapa aset masih memerlukan penyesuaian untuk meningkatkan kualitas visual.                                                                                                                                 |
| 4 |                  | Kesesuaian penggunaan ruang kosong.                | <p>Narasumber 1: ruangan kosong sudah membantu mengarahkan fokus audiens ke elemen penting sehingga pesan yang tersampaikan dapat di terima dengan efektif.</p> <p>Narasumber 2: Penggunaan <i>white space</i> sudah sesuai untuk memberikan kesan “lega” dalam video.</p> <p>Narasumber 3: Penggunaan ruang kosong sudah baik dan sesuai karena <i>goals</i> dari video ini bukan hiburan tapi lebih ke arah informasi.</p>                                                                          | Ketiga narasumber menilai bahwa penerapan ruang kosong dalam produk video <i>motion graphic</i> sudah menciptakan kesan lega, pengarah fokus audiens dan efektif dalam mendukung penyampaian tujuan komunikasi visual.                                                                                                           |
| 5 | Aspek Audio      | Narasi, musik latar, dan efek suara.               | <p>Narasumber 1: Segi audio sudah baik, keseimbangan volume dan kejelasan antar musik, <i>voice over</i>, dan <i>sound effect</i> sudah nyaman didengar dan tidak monoton.</p> <p>Narasumber 2: Segi Audio sudah oke namun terdapat sedikit <i>delay</i> pada penyebutan “kustom bordir”.</p> <p>Narasumber 3: Sudah sangat baik tidak ada tumpang tindih antara narasi dengan <i>background</i>. Pemilihan musik cocok menggambarkan semangat menyampaikan pesan inspirasi.</p>                      | Narasumber 1 menilai audio sudah baik secara keseluruhan sedangkan Narasumber 2 menilai masih terdapat sedikit <i>delay</i> pada salah satu <i>scene</i> video dan Narasumber 3 menilai penggunaan audio sudah sangat baik dan pemilihan <i>background</i> sudah cocok.                                                          |
| 6 | Aspek Gerak      | Gerakan animasi mendukung penyampaian informasi.   | Narasumber 1: Gerakan animasi sudah halus, namun pada bagian karakter dapat ditambahkan gerakan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Narasumber 1 menilai perlu ada gerakan sederhana pada karakter agar lebih natural, sedangkan Narasumber 2                                                                                                                                                                                                                        |

|    |                             |                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                             |                                                                                 | <p>sederhana agar terlihat lebih natural dan lebih hidup.</p> <p>Narasumber 2: Transisi pada salah satu <i>scene</i> terlalu lama untuk di keluarkan.</p> <p>Narasumber 3: Lebih baik menghindari gerakan tidak penting agar tidak terlihat aneh dalam animasi dan menambahkan variasi pose atau gerakan pada karakter agar lebih hidup.</p>                                                                              | <p>menilai transisi pada salah satu <i>scene</i> terlalu lama untuk bergerak dan Narasumber 3 menyarankan untuk tidak menggunakan gerakan tidak penting agar tidak terlihat aneh dan menambahkan variasi gerakan pada karakter.</p>                                                                     |
| 7  |                             | Transisi perpindahan antara <i>scene</i> ke <i>scene</i> dan efek pada Animasi. | <p>Narasumber 1: Penggunaan transisi sederhana sudah tepat dan tidak mengganggu visual.</p> <p>Narasumber 2: Sudah baik namun durasi video perlu diatur agar lebih halus lagi.</p> <p>Narasumber 3: Sudah baik namun saja pada karakter masih terdapat gerakan yang kurang tersampaikan tujuannya. Coba untuk diperbaiki pada komposisi atau mengganti dengan alternatif transisi lain agar terlihat lebih sesuai.</p>    | <p>Narasumber 1 menilai penggunaan transisi sudah tepat, sementara Narasumber 2 menyarankan agar durasi transisi pada video perlu diatur agar lebih halus lagi dan Narasumber 3 menyarankan untuk memperbaiki komposisi gerak agar terlihat lebih sesuai.</p>                                           |
| 8  | Aspek <i>Dolly movement</i> | Penerapan <i>dolly movement</i> pada aset.                                      | <p>Narasumber 1: Penggunaan <i>dolly movement</i> sudah tepat membantu fokus, visual terasa lebih dinamis, gerakan tidak berlebihan jadi tetap mudah dipahami.</p> <p>Narasumber 2: Hanya pergerakan aset yang terlihat tidak ada penerapan <i>dolly movement</i>.</p> <p>Narasumber 3: Sudah cukup sesuai diterapkan di dalam <i>motion graphic</i> sehingga kontennya terasa lebih menarik dan tidak membuat bosan.</p> | <p>Narasumber 1 menilai penggunaan <i>dolly movement</i> sudah membantu fokus dan visual terasa lebih dinamis, sementara Narasumber 2 menilai tidak ada penerapan <i>dolly movement</i> pada video dan Narasumber 3 menilai sudah cukup sesuai diterapkan dalam <i>motion graphic</i>.</p>              |
| 9  |                             | Membantu mengarahkan perhatian pada informasi panduan pemesanan                 | <p>Narasumber 1: Sudah cukup membantu mengarahkan perhatian penonton pada informasi. Secara bertahap membantu fokus pada setiap elemen.</p> <p>Narasumber 2: Dapat membantu mengarahkan mata audiens, namun dalam video tidak terlihat penerapan teknik tersebut.</p> <p>Narasumber 3: Sudah mampu membantu mengarahkan perhatian penonton pada informasi yang disampaikan.</p>                                           | <p>Narasumber 1 menilai sudah cukup membantu mengarahkan perhatian fokus penonton pada informasi sedangkan Narasumber 2 menilai penerapan <i>dolly movement</i> tidak terlihat dan Narasumber 3 menilai <i>dolly movement</i> mampu membantu mengarahkan perhatian pada informasi yang disampaikan.</p> |
| 10 |                             | Kecepatan pergerakan <i>dolly movement</i>                                      | <p>Narasumber 1: Pergerakan cukup halus dan nyaman, kecepatan tidak berlebihan sehingga tidak membuat bingung dan pusing saat menonton.</p> <p>Narasumber 2: Tidak dapat memberi tanggapan terhadap <i>dolly movement</i>nya.</p> <p>Narasumber 3: Sudah sesuai <i>timing</i> tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat juga.</p>                                                                                      | <p>Narasumber 1 menilai pergerakan cukup halus dan nyaman dengan kecepatan yang sesuai, sementara Narasumber 2 menilai tidak terdapatnya penerapan <i>dolly movement</i> pada video <i>motion graphic</i>, dan Narasumber 3 menilai</p>                                                                 |

|  |  |  |  |                                                        |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------|
|  |  |  |  | <i>timing</i> pada <i>dolly movement</i> sudah sesuai. |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------|

Adapun hasil pembahasan wawancara pada narasumber yang ditunjukkan pada tabel 2.

**Tabel 2 Pembahasan Narasumber**

| <b>Parameter<br/><i>Motion graphic</i></b> | <b>Pembahasan Narasumber<br/>1</b>                                                                                  | <b>Pembahasan Narasumber<br/>2</b>                                                                                                              | <b>Pembahasan Narasumber<br/>3</b>                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aspek Visual                               | Menekankan pentingnya penyesuaian dalam penggunaan warna yang konsisten untuk menjaga konsistensi brand perusahaan. | Menilai penggunaan <i>shape body</i> sudah relevan, efektif dan penggunaan warna sudah baik dan sudah sesuai.                                   | Menilai pemilihan bentuk karakter dan visual sudah layak dan baik serta pemilihan warna yang tepat sesuai dengan identitas perusahaan.                                        |
| Aspek Tata Letak                           | Menilai penempatan setiap elemen dan aset visual serta fungsi ruang kosong sudah baik dan sesuai                    | Menilai tata letak setiap elemen sudah cukup terstruktur serta Penggunaan ruang kosong sudah memberikan kesan lega.                             | Perlu melakukan penyesuaian lagi pada beberapa aset yang ada agar lebih sesuai dengan fungsinya.                                                                              |
| Aspek Audio                                | Menilai aspek audio sudah cukup baik                                                                                | Menyarankan untuk mengatur kembali lagi durasi pada aset untuk mengurangi <i>delay</i> .                                                        | Menilai aspek audio sudah baik dan sesuai                                                                                                                                     |
| Aspek Gerak                                | Perlu menambahkan gerakan sederhana agar terlihat lebih natural.                                                    | Pergerakan transisi pada beberapa aset masih ada yang terlalu lama bergerak dan perlu mengatur kembali durasi pergerakan agar lebih halus lagi. | Perlu menghindari gerakan yang tidak penting untuk disampaikan, mengatur atau mengganti dengan alternatif lain agar lebih sesuai dan menambahkan variasi gerak pada karakter. |
| Aspek <i>Dolly movement</i>                | Menilai aspek <i>dolly movement</i> sudah cukup baik dan sesuai.                                                    | Menilai tidak terdapat penggunaan <i>dolly movement</i> pada video <i>motion graphic</i> .                                                      | Menilai aspek <i>dolly movement</i> sudah cukup baik dan sesuai.                                                                                                              |

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber pertama menilai bahwa aspek visual, tata letak, audio, gerak dan penerapan *dolly movement* telah sesuai dan layak diterapkan pada video *motion graphic*. Narasumber menyarankan agar penggunaan warna biru dibuat lebih konsisten serta ditambahkan gerakan sederhana pada karakter untuk meningkatkan kualitas visual dan kesan dinamis

Hasil wawancara dengan narasumber kedua menilai bahwa aspek visual produk video telah sesuai, ditunjukkan oleh penggunaan *square shape*, warna yang konsisten dengan identitas Seragamin, serta tata letak yang terstruktur dan didukung pemanfaatan *white space* yang proporsional. Faktor-faktor tersebut dinilai memudahkan pengguna dalam memfokuskan perhatian pada informasi yang disampaikan. Namun, pada aspek gerak masih diperlukan penyempurnaan, terutama pengaturan durasi animasi, transisi dan penerapan *dolly movement* agar pergerakan lebih jelas serta mampu mengarahkan fokus pengguna secara lebih efektif.

Hasil wawancara dengan narasumber ketiga menilai bahwa video *motion graphic* telah memenuhi aspek kelayakan dari segi visual, audio, gerak dan penerapan *dolly movement*. Tingginya penilaian dipengaruhi oleh pemilihan bentuk karakter, warna yang sesuai, serta komposisi tata letak yang mampu mendukung penyampaian informasi secara jelas. Selain itu, pemilihan musik latar yang selaras dengan tema video memberikan kesan yang lebih menarik dan energik. Meskipun demikian, narasumber menyarankan penyempurnaan pada beberapa aset visual, penambahan variasi gerak serta penyesuaian animasi yang kurang relevan agar pergerakan terlihat lebih halus. Penerapan *dolly movement* dinilai telah mampu mengarahkan fokus pengguna tanpa mengganggu alur penyampaian informasi.

## 2. Uji Pengguna

Pada Pengujian pengguna menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan metode kombinasi berdasarkan kelayakan media panduan pemesanan dari sudut pandang calon konsumen serta mengukur sejauh mana prosedur pemesanan dapat dipahami oleh calon konsumen. Hasil pengujian berdasarkan 52 responden dari masyarakat umum. Kemudian responden akan memilih lima pilihan jawaban dalam skala likert dan mengisi pertanyaan terbuka sehingga dapat diketahui tanggapan responden mengenai produk video *motion graphic*. Penelitian ini diwakili dengan 10 pernyataan dalam kuesioner dengan skala likert. Aspek-aspek pengujian tahap beta ditunjukkan pada Tabel 3 aspek-aspek uji pengguna.

Tabel 3 Aspek Uji Pengguna

| No. | Aspek             | Instrumen                                                                                                        | Pernyataan |
|-----|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1   | Aspek Visual      | Tampilan video secara keseluruhan menarik untuk di tonton.                                                       | 1          |
|     |                   | Warna, ilustrasi dan animasi pada video terasa nyaman dilihat.                                                   | 2          |
|     |                   | Teks dan informasi yang ditampilkan mudah untuk dibaca.                                                          | 3          |
| 2   | Aspek Audio       | Narasi atau suara pada video terdengar jelas.                                                                    | 4          |
|     |                   | Perpaduan antara visual dan audio membuat isi video lebih mudah dipahami.                                        | 5          |
| 3   | Aspek Informasi   | Bahasa yang digunakan dalam video mudah dipahami.                                                                | 6          |
|     |                   | Langkah-langkah pemesanan yang dijelaskan dalam video mudah di ikuti.                                            | 7          |
| 4   | Aspek Efektivitas | Setelah menonton ini, saya jadi lebih memahami cara memesan baju kustom secara online di Seragamin.              | 8          |
|     |                   | Video ini dapat dijadikan media informasi yang membantu calon pelanggan memahami proses pemesanan di Seragamin.  | 9          |
|     |                   | Saya bersedia merekomendasikan video ini kepada orang lain yang ingin mengetahui cara memesan baju di seragamin. | 10         |

Berikut adalah skor penilaian pada skala likert yang digunakan adalah seperti pada Tabel 4.

Tabel 4 Tabel Skor Penilaian Skala Likert

| Kriteria            | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Tidak Setuju | 1    |
| Tidak Setuju        | 2    |
| Netral              | 3    |
| Setuju              | 4    |
| Sangat Setuju       | 5    |

Berikut adalah kategori interpretasi berdasarkan persentase hasil perhitungan skor responden pada Tabel 5.

Tabel 5 Persentase Hasil Perhitungan

| Persentase | Kategori      |
|------------|---------------|
| 81% - 100% | Sangat Baik   |
| 61% - 80%  | Baik          |
| 41% - 60%  | Cukup         |
| 21% - 40%  | Kurang        |
| 0% - 20%   | Sangat Kurang |

Kemudian data yang diperoleh dari 52 responden pada kuesioner, dilakukan perhitungan seluruh skor jawaban pada setiap pertanyaan hingga menghasilkan total persentase akhir seperti pada

tabel 6 Hasil persentase data dan dilakukan perhitungan persentase di setiap aspeknya pada Tabel 7 Hasil persentase Aspek.

Tabel 6 Hasil Persentase Data

| No. | Instrumen                                                                                                        | Skor | Persentase | Kategori    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------------|-------------|
| 1   | Tampilan video secara keseluruhan menarik untuk di tonton.                                                       | 235  | 90.38%     | Sangat Baik |
| 2   | Warna, ilustrasi dan animasi pada video terasa nyaman dilihat.                                                   | 241  | 92.69%     | Sangat Baik |
| 3   | Teks dan informasi yang ditampilkan mudah untuk dibaca.                                                          | 236  | 90.77%     | Sangat Baik |
| 4   | Narasi atau suara pada video terdengar jelas.                                                                    | 240  | 92.31%     | Sangat Baik |
| 5   | Perpaduan antara visual dan audio membuat isi video lebih mudah dipahami.                                        | 238  | 91.54%     | Sangat Baik |
| 6   | Bahasa yang digunakan dalam video mudah dipahami.                                                                | 246  | 94.62%     | Sangat Baik |
| 7   | Langkah-langkah pemesanan yang dijelaskan dalam video mudah diikuti.                                             | 241  | 92.69%     | Sangat Baik |
| 8   | Setelah menonton ini, saya jadi lebih memahami cara memesan baju kustom secara online di Seragamin.              | 244  | 93.85%     | Sangat Baik |
| 9   | Video ini dapat dijadikan media informasi yang membantu calon pelanggan memahami proses pemesanan di Seragamin.  | 249  | 95.77%     | Sangat Baik |
| 10  | Saya bersedia merekomendasikan video ini kepada orang lain yang ingin mengetahui cara memesan baju di seragamin. | 241  | 92.69%     | Sangat Baik |

Tabel 7 Hasil Persentase Per-Aspek

| No. | Aspek             | Persentase | Kategori    |
|-----|-------------------|------------|-------------|
| 1   | Aspek Visual      | 91.28%     | Sangat Baik |
| 2   | Aspek Audio       | 91.93%     | Sangat Baik |
| 3   | Aspek Informasi   | 93.72%     | Sangat Baik |
| 4   | Aspek Efektivitas | 94,23%     | Sangat Baik |

Kemudian diperoleh total skor dari hasil keseluruhan data sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Total Skor} &= 2411 \\ \text{Skor Maksimum} &= 2600 \\ P &= \frac{2411}{2600} \times 100\% = 92.73\% \end{aligned}$$

Kategori = Sangat Baik

Berdasarkan hasil pengujian pengguna pada Tabel 6, seluruh indikator memperoleh persentase diatas 90% dengan kategori Sangat Baik. Nilai tertinggi diperoleh pada indikator video sebagai media informasi yang membantu calon pelanggan memahami proses pemesanan di Seragamin sebesar 95.77%, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator tampilan video secara keseluruhan menarik untuk ditonton sebesar 90.38%. Hal ini dipengaruhi oleh penerapan gaya visual flat design cartoon style yang sederhana sehingga memudahkan pelanggan memfokuskan perhatian pada informasi utama. Meskipun demikian, seluruh indikator menunjukkan bahwa video *motion graphic* mampu menyampaikan informasi secara jelas, menarik dan mudah dipahami.

Hasil Analisa per aspek pada Tabel 7 menunjukkan bahwa aspek efektivitas memperoleh nilai tertinggi sebesar 94.23%, diikuti aspek informasi sebesar 93.72%, aspek audio sebesar 91,93% dan aspek visual sebesar 91.28%, yang seluruhnya termasuk dalam kategori Sangat Baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa video *motion graphic* yang di produksi efektif dan layak digunakan sebagai media panduan pemesanan pakaian kustom di Seragamin.

### 3.3. Delivery

Tahap distribusi dilakukan dengan menyerahkan produk video *motion graphic* kepada pihak perusahaan Seragamin sebagai media informasi yang selanjutnya dipublikasikan melalui akun media sosial resmi Seragamin.

#### 4. CONCLUSION

Pada pembuatan video *motion graphic* panduan pemesanan di seragamin menjelaskan konten yang bertujuan untuk memberikan informasi tata cara pemesanan pakaian kustom secara *online* di Seragamin. Adapun catatan evaluatif yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang menjadi dasar dalam penyusunan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan *motion graphic* video panduan pemesanan di Seragamin menerapkan metode pengembangan multimedia Villamil-Molina dengan hasil berupa konten video format mp4 berdurasi 1 menit 40 detik dilengkapi dengan animasi dan *dubbing* sebagai informasi.
2. Penerapan aspek visual pada pemilihan bentuk karakter, bentuk aset dan warna dinilai sudah baik, namun narasumber menyarankan untuk mempertimbangkan konsistensi dalam penggunaan warna.
3. Penerapan aspek tata letak pada aset dan ruang kosong yang diterapkan sudah baik dan terstruktur namun perlu melakukan penyesuaian pada beberapa aset.
4. Penerapan aspek audio sudah diterapkan dengan cukup baik, terutama pada narasi dan musik latar dirasa sudah sinkron.
5. Penerapan aspek gerak disarankan perlu menambahkan gerakan tambahan pada karakter agar gerakan lebih natural. Gerakan transisi lebih disesuaikan lagi dan mengurangi gerakan tidak penting.
6. Penerapan aspek *dolly movement* masih perlu diperbaiki dengan pergerakan yang lebih halus dan lebih sesuai.
7. Pada uji kelayakan pada masyarakat dapat diberikan pertanyaan terkait pemahaman lebih tentang Seragamin.
8. Efektivitas kelayakan *motion graphic* video panduan pemesanan di Seragamin diukur menggunakan skala likert dengan persentase total di 92.73% dengan kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan, video *motion graphic* panduan pemesanan di Seragamin berhasil dikembangkan menggunakan metode Villamil-Molina dan dinilai layak sebagai media informasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa aspek visual, tata letak, audio, gerak, dan *dolly movement* telah diterapkan dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa saran perbaikan untuk penyempurnaan. Tingkat kelayakan video memperoleh nilai sebesar 92,73% dengan kategori sangat baik, sehingga video *motion graphic* ini efektif digunakan sebagai media panduan pemesanan pakaian kustom secara online di Seragamin.

#### REFERENCE

- [1] R. D. Oktaviani dan Albari, "Analisis Hubungan antara Online Customers' Shopping Experience, Sikap Loyalitas dan Online Impulsive Buying: Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia," *J. Mhs. Bisnis Manaj.*, vol. 02, no. 05, hal. 133–151, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- [2] M. Ikhsan Z, "Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Berbasis Web Sebagai Media Layanan Informasi Digital," *J. Al- Ma'arif Ilmu Perpust. dan Inf. Islam*, vol. 5, no. 2, hal. 220–233, 2025, doi: 10.37108/almaarif.v5i2.2608.
- [3] W. Sanjaya, "Motion Graphic Dalam Mendukung Penyampaian Pesan Game Show Edukasi 'Clash Of Champions,'" *Vis. J. Online Desain Komun. Vis.*, vol. 13, no. 1, hal. 18–38, 2024, doi: 10.34010/visualita.v13i1.13664.
- [4] N. Choirina, B. H. C. Khosiyono, A. F. Nisa, dan B. H. Cahyani, "Analisis Implementasi Video Animasi Cerita untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Pelajaran Bahasa Indonesia," *Ideguru J. Karya Ilm. Guru*, vol. 10, no. 2, hal. 1221–1227, 2025, doi: 10.51169/ideguru.v10i2.1751.
- [5] H. Muzakki dan V. D. Adiprabowo, "Analisis Isi Teknik Pergerakan Kamera dalam Film Penyalin Cahaya," *J. SASAK Desain Vis. dan Komun.*, vol. 7, no. 1, hal. 35–44, 2025, doi: 10.30812/sasak.v7i1.4786.
- [6] K. Elektronik *et al.*, "PT. Media Akademik Publisher PEMBUATAN MOTION GRAPHIC ALUR KERJA PRODUKSI Naufal Aulia Fiermeiza 2 Noferianto Sitompul 3," *JMA*, vol. 3, no. 11, hal. 3031–5220, 2025, doi: 10.62281.
- [7] A. B. IBRAHIM, "PENGEMBANGAN MEDIA TUTORIAL BERBASIS MOTION GRAPHIC PADA PENGGUNAAN KAMERA MIRRORLESS UNTUK MENDUKUNG PEMBELAJARAN DARING BAGI PENGURUS SIGMA TV UNJ," *Univ. Negri Jakarta*, vol. 44, no. 8, hal. 085201, Jul

- 2023, doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- [8] M. Reynald Daiva, Y. Mirza, M. Darlies, P. Negeri Sriwijaya, J. Srijaya Negara Bukit Besar, dan J. Teknik Komputer, "Implementasi Teknik Dolly Zoom ... 77."
- [9] F. Hakim Nasution, M. Syahrani Jailani, dan R. Junaidi, "KOMBINASI (MIXED-METHODS) DALAM PRAKTIS PENELITIAN ILMIAH," *J. Genta Mulia*, vol. 15, no. 2, hal. 251–256, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>
- [10] N. Saputra, *Desain Penelitian Mixed Method – Penerbitzaini*. 2021. [Daring]. Tersedia pada: [https://www.researchgate.net/publication/365486401\\_DESAIN\\_PENELITIAN\\_MIXED\\_METHOD\\_DESAIN\\_PENELITIAN\\_MIXED\\_METHOD\\_Editor\\_Nanda\\_Saputra](https://www.researchgate.net/publication/365486401_DESAIN_PENELITIAN_MIXED_METHOD_DESAIN_PENELITIAN_MIXED_METHOD_Editor_Nanda_Saputra)
- [11] M. A. Pamungkas *et al.*, "Efektivitas Kinetic Typography dalam Pembuatan Motion Graphic "Tingkatkan Skor TOEFL ® ITP, Join LIA," *Nusant. J. Multidiscip. Sci.*, vol. 1, no. 5, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>