

Video *Motion Graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia Sebagai Media Promosi

Restu Hikmal*, Aragani Timur Kanistren**

* Informatics Engineering, Batam State Polytechnic

** Multimedia Engineering Technology Program, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Motion Graphic

Iklan

Villamil Molina

Flat Design

FAB

ABSTRACT

PT. Alfatron Teknologi Indonesia ingin melakukan pembaruan pada media promosinya dari media statis menjadi media yang lebih dinamis, yaitu *motion graphic*. Penelitian ini membahas perancangan dan evaluasi video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi. Perancangan menggunakan metode Villamil Molina (*Development, Pre Production, Production, Post Production, Delivery*). Video menggunakan gaya visual *flat design* untuk mendukung penyampaian informasi secara jelas dan menarik. Video menampilkan informasi mengenai keunggulan layanan videotron, paket yang tersedia, lokasi-lokasi videotron, dan kontak perusahaan. Evaluasi dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara ahli, yang menilai aspek *motion graphic* (*spatial, temporal, live action, typography*) dan aspek FAB (*Feature, Advantage, Benefit*) pada konten video. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, secara keseluruhan video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi sudah menerapkan aspek *motion graphic* dan aspek FAB dengan baik. Hasil evaluasi diikuti dengan perbaikan sesuai masukan narasumber ahli, sehingga video yang dihasilkan menjadi lebih informatif dan menarik secara visual.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Restu Hikmal,

Multimedia Engineering Technology Program,

Batam State Polytechnic,

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

Email: restuhikmal07@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa periklanan, khususnya videotron, PT. Alfatron Teknologi Indonesia menggunakan gambar statis sebagai media promosinya. Namun, dari hasil wawancara yang dilakukan dengan kepala divisi multimedia PT. Alfatron, perusahaan ingin adanya pembaruan pada media promosinya dengan menggunakan media yang lebih dinamis, seperti *motion graphic*. Menurutnya, *motion graphic* yang memiliki visual dinamis dapat menarik perhatian audiens. Hal ini sesuai dengan pendapat Shahrulnizam et. al [1] yang menyatakan bahwa penggunaan *motion graphic* dapat menarik perhatian audiens dan memberikan informasi secara efektif dalam sebuah promosi. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara, perusahaan merasa perlu meningkatkan *awareness* masyarakat Batam terhadap layanan videotron karena masyarakat masih ragu untuk memanfaatkan videotron. Maka dari itu, penggunaan *motion graphic* sebagai media promosi diharapkan dapat menjadi contoh iklan yang efektif di videotron sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan videotron.

Motion graphic adalah bagian dari ilmu desain grafis yang menyatukan visual, animasi, dan ilustrasi demi menghasilkan efek visual dengan gerakan yang menarik [2]. *Motion graphic* sebagai media promosi digunakan untuk menyampaikan informasi dan memikat perhatian melalui teks serta ilustrasi yang divisualisasikan dengan animasi yang dinamis. Video menampilkan informasi mengenai keunggulan

videotron, paket yang tersedia, lokasi-lokasi videotron, hingga kontak perusahaan dalam durasi 30 detik, sesuai dengan kebijakan dari perusahaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Djamal dan Fachruddin [3] bahwa iklan secara umum memiliki durasi sekitar 30 detik. Dengan durasi yang singkat, informasi utama ditonjolkan secara ringkas dan jelas dalam video *motion graphic*, namun tetap memiliki visual yang menarik.

Dalam perancangan video *motion graphic* sebagai media promosi, dibutuhkan gaya visual yang dapat mendukung penyampaian informasi secara jelas dan menarik. *Flat design* dipilih karena gaya tersebut menyajikan visual yang sederhana tanpa memiliki efek tiga dimensi atau bayangan, sehingga audiens dapat fokus pada pesan utama [4]. Penggunaan *flat design* juga sejalan dengan prinsip yang disampaikan oleh kepala divisi multimedia PT. Alfatron Teknologi Indonesia, yang mana iklan perlu menampilkan visual yang menarik namun tidak mengganggu fokus audiens terhadap informasi utama. Sehingga penggunaan gaya *flat design* pada grafis, ilustrasi, warna, hingga tipografi dalam video *motion graphic* dapat menjaga visual sederhana namun memiliki daya tarik dan membantu keterbacaan pesan dalam durasi iklan yang singkat.

Pembuatan video *motion graphic* menggunakan metode Villamil-Molina karena memiliki tahapan yang jelas, mulai dari penentuan konsep, perancangan, produksi, evaluasi, hingga distribusi produk. Kemudian video dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi hasil video berdasarkan aspek *motion graphic* dan aspek FAB (*Feature, Advantage, dan Benefit*). FAB merupakan formula penulisan wara atau *copywriting* iklan yang terdiri dari *feature, advantage, dan benefit* sebuah produk atau jasa agar menarik dan meyakinkan audiens [5]. Sehingga hasil evaluasi video tidak hanya diperoleh dari tampilan visual, namun juga diharapkan media promosi menawarkan fitur, keunggulan, dan keuntungan melalui audiovisual. Dengan demikian, dalam konteks video *motion graphic* sebagai media promosi, aspek FAB menjadi tepat untuk mengevaluasi hasil video apakah tidak hanya menarik, namun juga menampilkan *feature, advantage, dan benefit* dari layanan videotron PT. Alfatron Teknologi Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Pembuatan video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia menggunakan metode Villamil-Molina karena memiliki tahapan yang jelas, sehingga pembuatan video dapat dilakukan dengan lebih terstruktur dan efisien. Metode Villamil-Molina yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *development, pre-production, production, post-production, dan delivery* [6].

2.1. Development

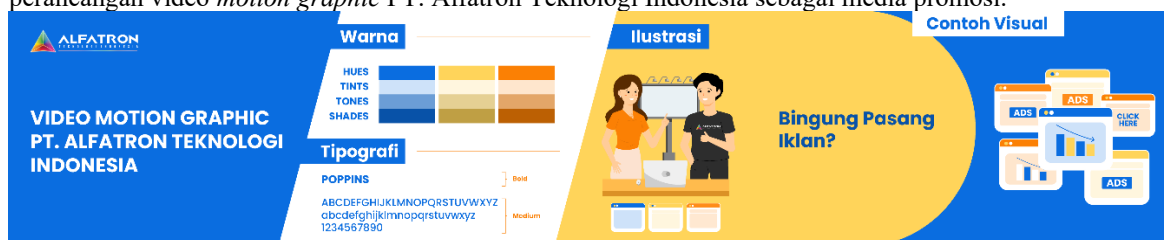
Tahapan *development* merupakan tahapan penentuan ide dan konsep, warna, serta tipografi untuk video iklan *motion graphic*. Tahapan ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan studi literatur dari buku dan jurnal yang ada. Ide dan konsep ditentukan dari PT. Alfatron Teknologi Indonesia yang ingin melakukan pendekatan baru dengan menggunakan media promosi yang dinamis, seperti *motion graphic*. Perusahaan menginginkan video iklan yang memiliki visual dinamis namun tetap menjaga kemudahan dalam menyerap informasi. Selain itu, berdasarkan media promosi perusahaan sebelumnya yang terlihat pada gambar 1, informasi yang ditampilkan kurang menonjolkan keunggulan layanan videotron, seperti atraktif, layar yang jernih, tahan segala cuaca, dan fleksibel, serta belum menampilkan informasi paket durasi sewa dan nama lokasi videotron.



Gambar 1. Media Promosi PT. Alfatron Teknologi Indonesia
Sumber: PT. Alfatron Teknologi Indonesia

Kemudian elemen grafis yang digunakan pada media promosi sebelumnya cukup kompleks. Oleh karena itu, video *motion graphic* dibuat menggunakan konsep gaya flat design pada grafis, warna, serta tipografi. *Flat design* memiliki prinsip grafis yang sederhana, penggunaan warna yang cerah dan kontras, serta tipografi yang bersih dan tidak rumit [7]. Tidak hanya memiliki daya tarik visual melalui kombinasi warna yang cerah dan kontras, gaya tersebut juga memungkinkan audiens untuk dapat fokus pada pesan utama yang

ada di video karena teks yang bersih dan jelas. Berikut *stylescape* yang dibuat sebagai acuan visual dalam perancangan video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi.



Gambar 2. *Stylescape* Video Motion Graphic
Sumber: Dokumen Pribadi

Berdasarkan *stylescape*, warna utama yang digunakan adalah warna biru, kuning, dan oranye. Warna biru memberikan kesan profesional dan kepercayaan terhadap perusahaan [8]. Warna kuning memberikan kesan yang hangat dan memikat perhatian, menjadikan konten video lebih *eye catching* [9]. Sedangkan warna oranye memberikan kesan hangat, semangat, optimisme, dan percaya diri [8]. Warna utama tersebut sesuai dengan konsep *flat design* dengan menggunakan skema split complementary yang cerah dan kontras. Sementara tipografi yang digunakan pada video *motion graphic* adalah *typeface poppins*. *Poppins* memiliki kesan tegas, modern, dan bersih sehingga audiens bisa membaca teks dengan lebih jelas [10]. Pemilihan *typeface poppins* dikarenakan memiliki kesamaan konsep dengan prinsip *flat design*, di mana tipografi yang digunakan sederhana, bersih, dan tidak rumit.

2.2. Pre-Production

Tahapan pre-production merupakan tahapan perancangan video motion graphic berdasarkan ide dan konsep yang telah ditentukan. Pada tahapan ini, ide dan konsep dituangkan dalam bentuk naskah, storyboard dan elemen grafis.

2.2.1. Naskah

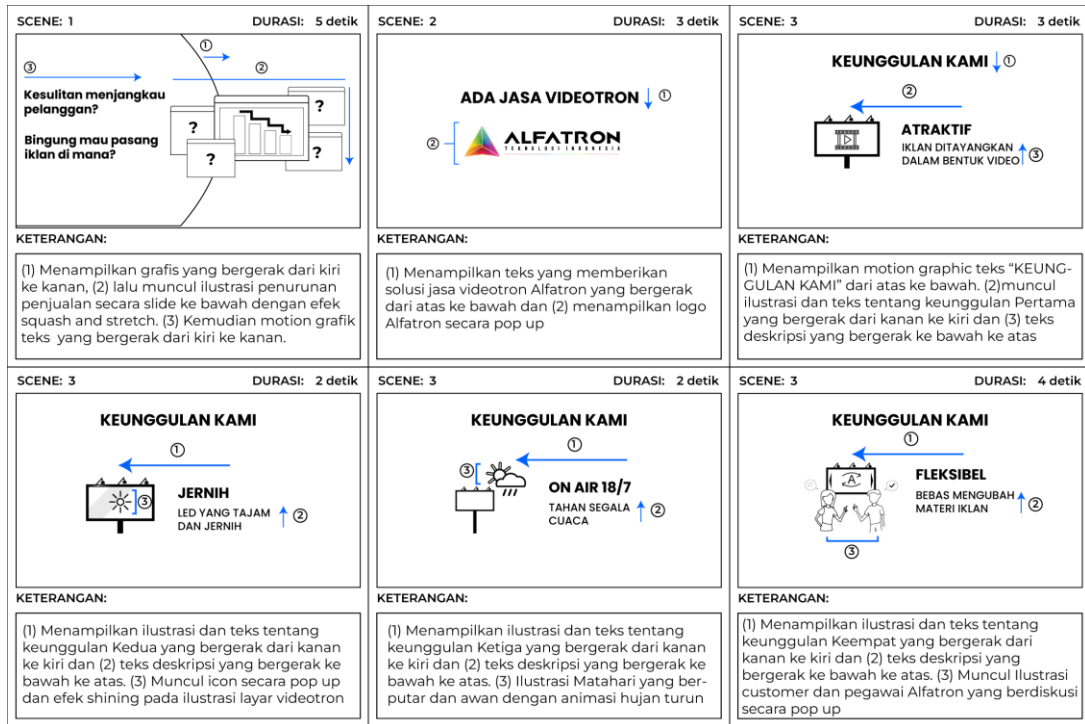
Naskah video *motion graphic* PT Alfatron Teknologi Indonesia terdiri dari 6 *scene* yang disusun menggunakan model dua kolom, kolom video dan kolom audio. Naskah dua kolom tersebut biasanya digunakan pada video iklan komersial [11]. Berdasarkan naskah, video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia menggunakan narasi teks beserta voice over dan audio berupa instrumen serta sound effect untuk mendukung animasi *motion graphic*. Naskah lengkap video *motion graphic* tersedia pada bagian [lampiran](#).

Tabel 1. Naskah Bagan

Video/Visual	Audio/Narasi
Scene 1: Masalah	
Motion graphic ilustrasi grafik penurunan penjualan, lalu diikuti motion graphic teks “Sulit Menjangkau Pelanggan?” & “Bingung Pasang Iklan?”	Background Music: Instrumen SFX: Slide & Pop Up VO: Sulit menjangkau pelanggan? Bingung pasang iklan?
Scene 2: Solusi	
Menampilkan teks “Ada Jasa Videotron” dan logo PT. Alfatron	Background Music: Instrumen SFX: Slide & Click VO: Ada jasa videotron Alfatron

2.2.2. Storyboard

Storyboard merupakan kumpulan sketsa gambar untuk menentukan urutan adegan yang telah disusun sesuai konsep untuk video *motion graphic*. *Storyboard* berfungsi untuk menyajikan ide berbentuk sketsa gambar, di mana sketsa tersebut menjelaskan alur video mulai dari awal hingga akhir [12]. Selain itu, *storyboard* membantu dalam menentukan tata letak visual atau *layout*, seperti teks, karakter, atau objek lainnya. *Storyboard* video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia terdiri dari 6 *scene* dan 9 panel dengan total durasi 30 detik. *Storyboard* lengkap dapat dilihat pada bagian [lampiran](#).



Gambar 4. Storyboard

Sumber: Dokumen Pribadi

Setiap panel pada *storyboard* terdapat gambaran penggunaan *motion*, seperti *slide*, *pop up*, *fade*, *squash & stretch*, serta *trim path*. Berikut penjelasan fungsi dari *motion* yang digunakan pada video.

Tabel 2. Jenis *Motion*

No	Jenis <i>Motion</i>	Fungsi
1	<i>Slide</i>	<i>Slide</i> merupakan animasi yang memberikan efek elemen bergerak dari satu posisi ke posisi lainnya tergantung arahnya (kiri ke kanan, atas ke bawah, atau sebaliknya). Efek <i>slide</i> untuk menunjukkan hubungan antar elemen [13]
2	<i>Pop Up</i>	<i>Pop Up</i> merupakan gerakan yang muncul secara tiba-tiba pada layar utama. Animasi <i>pop up</i> dapat menambahkan visual yang menarik perhatian dan juga menonjolkan sebuah elemen [14].
3	<i>Fade In/Fade Out</i>	<i>Fade in/out</i> merupakan animasi visual yang mana elemen secara bertahap muncul atau menghilang melalui perubahan transparansi. Menurut Suyanto [15], <i>fade in/out</i> merupakan animasi yang semula hitam dan berangsur-angsur muncul elemen ataupun sebaliknya. Karena sifat <i>fade</i> yang halus, efek ini membantu memperhalus perubahan elemen sehingga tidak mengejutkan audiens.
4	<i>Squash & Stretch</i>	<i>Squash and stretch</i> merupakan salah satu prinsip animasi 12 yang memberikan efek elastis pada elemen [16]. <i>Squad and stretch</i> memberikan gambaran objek yang mengembang (<i>stretch</i>) atau menyusut (<i>squash</i>) untuk memberikan kesan lentur pada objek.
5	<i>Trim Path</i>	<i>Trim path</i> memungkinkan untuk membuat animasi sesuai dengan jalur/path dari shape. Menurut Shaw dan Colette [17]. Fungsi <i>trim path</i> adalah memungkinkan untuk membuat <i>keyframe</i> dari titik awal atau akhir dari jalur yang sedang dibuat.


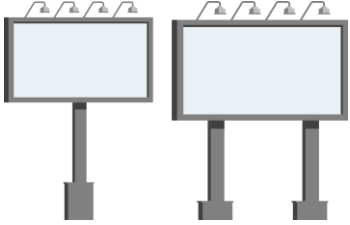
2.3. Production

Tahapan *production* merupakan proses implementasi hasil rancangan pada tahap sebelumnya menjadi sebuah video *motion graphic*. Tahapan ini meliputi pengembangan ilustrasi/element grafis dan proses penyuntingan.

2.3.1. Pengembangan Ilustrasi

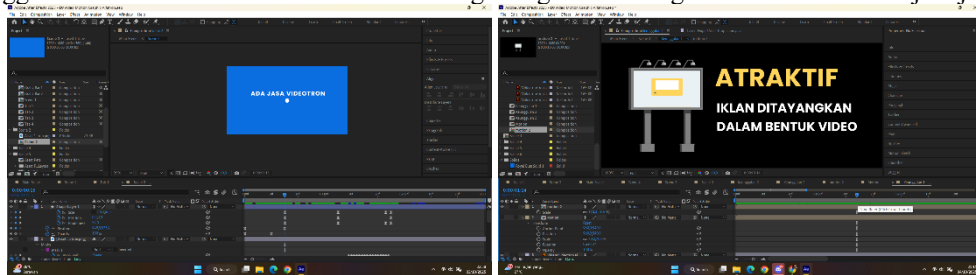
Ilustrasi digunakan untuk menyampaikan informasi dan memperkuat pesan visual, sehingga mempermudah audiens untuk memahami informasi atau pesan yang disajikan. Ilustrasi dibuat menggunakan perangkat lunak *Adobe Illustrator* berdasarkan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya. Terdapat 21 aset ilustrasi/element grafis yang dibuat menggunakan gaya *flat design* untuk kebutuhan video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia. *Flat design* yang sederhana namun tetap memiliki visual yang jelas, sehingga mempermudah dalam komunikasi visual.

Tabel 3. Elemen Grafis
Sumber: Dokumen Pribadi

Nama	Ilustrasi	Keterangan
Tab Layar		Tab Layar digunakan pada bagian intro video.
Videotron		Ilustrasi Videotron yang digunakan pada bagian keunggulan videotron PT. Alfatron Teknologi Indonesia.

2.3.2. Penyuntingan

Proses penyuntingan terdiri dari tahapan *animating*, *compositing*, dan *audio mixing*. Pada tahapan *animating* ilustrasi atau elemen grafis yang sudah dibuat digerakan sesuai dengan *motion* yang ada pada storyboard melalui *software Adobe After Effect*. Proses *animating* menggunakan teknik *keyframe* yang memberikan kunci (*key*) pada *frame* dari awal sampai akhir dengan memanfaatkan elemen transformasi, seperti *position*, *scale*, dan *rotation*. Selain *keyframe*, pada proses tersebut juga menggunakan *puppet tool* yang berfungsi untuk memberikan titik tumpu pada objek yang akan diberi animasi. Setelah itu, dilakukan proses *compositing* dengan menggabungkan elemen yang telah dianimasikan menjadi satu kesatuan yang utuh. Pada proses ini, elemen visual, seperti ilustrasi, teks, ikon, dan elemen lainnya diatur posisi serta urutannya agar menghasilkan visual yang selaras. Kemudian, dilanjutkan ke proses *audio mixing* untuk menggabungkan dan mengatur keseimbangan antara latar musik, *sound effect*, dan *dubbing*. *Sound effect* yang digunakan terdiri dari efek suara *slide*, *pop up*, *mouse click*, *bell sound*, *confirm sound*, dan *swoosh sound*. Sementara itu, pengambilan audio *dubbing* menggunakan aplikasi perekam suara pada ponsel. File hasil rekam suara diproses menggunakan situs web *Audo Studio* untuk menghilangkan *noise* agar kualitas audio menjadi jernih.



Gambar 5. Proses *Animating*, *Compositing*, dan *Audio Mixing*
Sumber: Dokumen Pribadi

2.4. Post Production

Tahapan *post production* merupakan tahapan akhir pembuatan video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia. Pada tahap ini, karya yang dihasilkan berupa video *motion graphic* yang berdurasi 30 detik dengan rasio 16:9. Gaya visual yang digunakan adalah gaya *flat design* dengan grafis yang sederhana namun memiliki estetika, warna yang cerah, dan tipografi yang bersih serta jelas. Video *motion graphic* sebagai media promosi dirancang menggunakan formula *copywriting FAB* (*Feature, Advantage, Benefit*) yang menonjolkan fitur layanan videotron, keunggulan layanan videotron, dan manfaat layanan videotron. Video yang dihasilkan kemudian dievaluasi dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara narasumber ahli berdasarkan aspek *motion graphic* (*spatial, temporal, live action, spatial*) dan aspek *FAB* (*Feature, Advantage, Benefit*).

3. HASIL DAN ANALISIS

Berikut penjelasan hasil implementasi dan analisis terkait video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia.

3.1. Formula FAB

Formula FAB (Feature, Advantage, dan Benefit) diterapkan dalam copywriting yang bersifat persuasif dan menarik [5]. Berdasarkan kepanjangan FAB, formula ini menampilkan aspek fitur, keunggulan, dan manfaat produk atau jasa yang dipromosikan. FAB digunakan pada penulisan konten video motion graphic PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi.

3.1.1. Feature

Feature dalam formula FAB menjelaskan mengenai fitur produk atau jasa yang dipromosikan [5]. Pada video motion graphic PT. Alfatron Teknologi Indonesia, layanan yang dipromosikan adalah sebuah jasa periklanan, yaitu jasa videotron. Jasa tersebut memiliki berbagai macam paket berdasarkan durasi sewa atau kontrak penggunaan videotron. Selain itu, pada video juga menampilkan bahwa layanan videotron PT. Alfatron Teknologi Indonesia terletak di beberapa titik lokasi di Kota Batam.

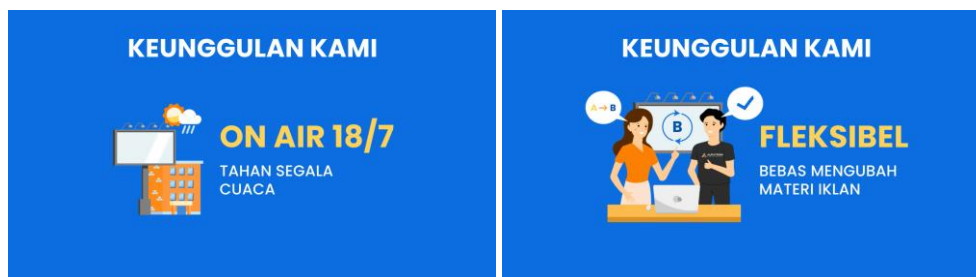


Gambar 6. Scene Intro Solusi, Paket, dan Lokasi Videotron
Sumber: Dokumen Pribadi

3.1.2. Advantage

Aspek advantage merupakan aspek yang menonjolkan keunggulan dari suatu produk atau jasa yang bisa dirasakan oleh audiens atau customer apabila menggunakannya [18]. Penggunaan aspek advantage pada video motion graphic PT. Alfatron Teknologi Indonesia terdapat pada scene ketiga. Scene tersebut menampilkan keunggulan layanan videotron PT. Alfatron, yang terdiri empat keunggulan, yaitu atraktif, jernih, on air 18/7, dan fleksibel.





Gambar 7. Scene Keunggulan Videotron
Sumber: Dokumen Pribadi

3.1.3. *Benefit*

Aspek benefit fokus pada manfaat suatu produk atau jasa yang dapat menjadi penyelesaian masalah target audiens, sehingga mereka terdorong untuk menggali informasi lebih lanjut tentang produk atau jasa yang ditawarkan [18]. Aspek benefit pada video motion graphic terdapat pada scene terakhir. Pada scene tersebut terdapat kalimat “JADIKAN IKLAN ANDA PUSAT PERHATIAN!” yang menunjukkan bahwa setelah menggunakan layanan videotron, maka iklan yang ditampilkan pada videotron akan menjadi pusat perhatian yang dapat dijangkau oleh banyak orang. Pada scene tersebut juga menampilkan kontak perusahaan yang dapat dihubungi oleh target audiens jika ingin mengetahui lebih lanjut.



Gambar 8. Scene Kontak Perusahaan
Sumber: Dokumen Pribadi

3.2. Pengujian

Video *motion graphic* yang dihasilkan diuji melalui pendekatan kualitatif deskriptif untuk menilai kesesuaian produk dengan konsep yang telah dibuat. Penilaian pada pengujian produk terletak pada aspek *motion graphic*, yaitu *spatial*, *temporal*, *live action*, dan *typography*, serta aspek FAB (*Feature*, *Advantage*, dan *Benefit*). Pengujian produk melibatkan tiga narasumber ahli, yaitu:

1. Arbi Sukriandi Sitompul (Kepala Divisi Multimedia PT. Alfatron Teknologi Indonesia)
2. Gendhy Dwi Harlyan S.Sn., M.Sn (Dosen Ahli Audio Visual Polibatam)
3. Wahyu Dwi Tama (Special Editor Entertain)

Instrumen pengujian menggunakan pertanyaan sesuai dengan aspek motion graphic dan aspek FAB yang diberikan melalui wawancara dengan narasumber ahli. Data yang didapatkan dianalisis menggunakan metode Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi [19].

3.2.1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dirangkum menjadi informasi penting sesuai dengan aspek yang dinilai dari video *motion graphic*, yaitu aspek motion graphic dan aspek FAB.

1. Narasumber 1 (Arbi Sukriandi Sitompul, Kepala Divisi Multimedia PT. Alfatron Teknologi Indonesia) menilai bahwa posisi dan ukuran tiap elemen sudah cukup selaras dan seimbang. Arah dan pola pergerakan cukup diperhatikan, sehingga tidak mengalihkan perhatian audiens untuk dapat fokus terhadap pesan dari iklannya. Secara keseluruhan, tempo animasi dinilai cukup baik, namun perlu penyesuaian untuk beberapa bagian pada *scene* paket, lokasi LED, dan kontak terkait durasinya agar informasi dapat diserap dengan jelas oleh audiens. Narasumber menyarankan untuk menyederhanakan konten yang mungkin agak detail menjadi satu pesan utama. Pemilihan warna biru, kuning, oranye, dan putih sudah cukup bagus, mudah ditangkap pesannya dan memberikan kesan tenang. Penggunaan *typeface poppins* dinilai sudah jelas dan simpel, sehingga

- mudah untuk dibaca. Aspek FAB pada video juga dinilai tersampaikan dengan baik, mulai dari fitur, lokasi, paket, keunggulan, serta manfaat.
2. Narasumber 2 (Gendhy Dwi Harlyan S.Sn., M.Sn, Dosen Ahli Audio Visual Polibatam) menyatakan posisi, ukuran, dan arah pergerakan elemen visual (ikon, ilustrasi, grafis) sudah cukup selaras, dan tidak bertabrakan. Sementara itu kombinasi warna biru, kuning, oranye, dan putih mendukung keterbacaan serta fokus pada pesan utama. Penggunaan *typeface poppins* juga terbaca dengan jelas di berbagai media. Tempo dari animasi *motion graphic* dinilai tidak terlalu cepat, namun dengan durasi video hanya 30 detik dirasa terlalu singkat dalam menyampaikan informasi secara utuh, terutama aspek FAB dari layanan videotron. Oleh karena itu, narasumber menyarankan penggunaan multimodalitas, seperti penambahan audio *dubbing* agar pesan dapat diterima dengan mudah dengan dua modal, mata (visual) dan telinga (audio).
 3. Narasumber 3 (Wahyu Dwi Tama, Ahli Multimedia Development) menilai bahwa posisi, ukuran, dan arah pergerakan elemen grafis sudah sesuai, namun terdapat saran untuk memperbesar ukuran elemen grafis pada *scene* paket. Tempo serta durasi animasi *motion graphic* sudah sesuai, namun dengan catatan jika dibaca, tempo animasi terlalu cepat. Oleh karena itu perlu diperkuat dengan penggunaan *dubbing* agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas walau dalam durasi yang singkat. Sementara itu, kombinasi warna sudah baik, namun dapat ditambahkan elemen pada background *scene* Keunggulan agar tidak terlalu polos. Penggunaan tipografi juga sudah jelas dan mudah dibaca di berbagai media. Selain itu, penerapan aspek FAB pada video sudah sesuai.

3.2.2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi, disajikan dalam bentuk matriks agar analisis lebih mudah dilakukan serta sistematis. Data disusun berdasarkan aspek-aspek penilaian, di mana setiap aspek dibandingkan melalui jawaban dari tiga narasumber ahli, sehingga mempermudah proses identifikasi kesamaan maupun perbedaan jawaban antar narasumber.

Tabel 4. Penyajian Data

Aspek Penilaian	Kepala Divisi Multimedia (Arbi Sukriandi Sitompul)	Dosen Ahli Audio Visual (Gendhy Dwi Harlyan)	Special Editor Entertain (Wahyu Dwi Tama)
Spatial	Posisi dan ukuran elemen sudah selaras dan seimbang, arah pergerakan setiap elemen tidak mengalihkan perhatian audiens sehingga dapat fokus pada informasi.	Posisi, ukuran, serta arah pergerakan elemen (ikon, ilustrasi, grafis) sudah selaras dan tidak bertabrakan antar elemen.	Posisi, ukuran, dan arah pergerakan elemen grafis sudah sesuai, namun terdapat saran untuk memperbesar ukuran grafis pada <i>scene</i> paket.
Temporal	Tempo animasi cukup baik, namun perlu penyesuaian untuk beberapa bagian pada <i>scene</i> paket, lokasi LED, dan kontak terkait durasinya agar informasi dapat diserap dengan jelas oleh audiens	Tempo animasi <i>motion graphic</i> tidak terlalu cepat, namun dengan durasi yang singkat perlu penambahan <i>dubbing</i> untuk mendukung keterbacaan informasi.	Tempo animasi terlalu cepat jika hanya dibaca dan perlu penyesuaian terkait penambahan <i>dubbing</i> agar informasi dapat diterima dengan jelas.
Live Action	Pemilihan warna biru, kuning, oranye, dan putih sudah cukup bagus, mudah ditangkap pesannya dan memberikan kesan tenang.	Kombinasi warna biru, kuning, oranye, dan putih mendukung keterbacaan serta fokus pada pesan utama.	Kombinasi warna sudah baik, namun dapat ditambahkan elemen pada background <i>scene</i> keunggulan agar tidak terlalu polos.
Typography	Penggunaan <i>typeface poppins</i> sudah jelas dan simpel, sehingga mudah untuk dibaca.	Penggunaan <i>typeface poppins</i> terbaca dengan jelas di berbagai media.	Penggunaan tipografi <i>typeface poppins</i> sudah jelas dan mudah dibaca di berbagai media.
FAB	Aspek FAB pada video tersampaikan dengan baik, mulai dari fitur, lokasi, paket, keunggulan, serta manfaat.	Terdapat aspek FAB dari layanan videotron pada video, namun karena durasi yang singkat, informasi kurang diterima secara utuh dan disarankan menggunakan <i>dubbing</i> .	Penerapan FAB pada video <i>motion graphic</i> sudah sesuai

Setelah data wawancara dari ketiga narasumber ahli disusun dalam bentuk matriks, setiap aspek ditarik kesimpulannya berdasarkan perbandingan jawaban antar narasumber, sehingga dapat diketahui hasil penting yang sesuai dengan aspek yang dievaluasi.

3.2.3. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan analisis data ketiga narasumber, dapat ditarik kesimpulan bahwa:



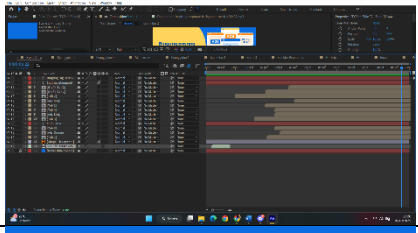
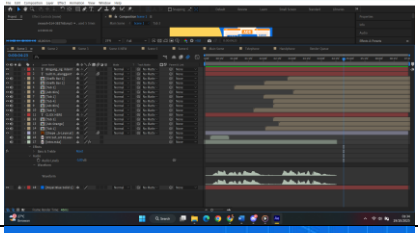


1. Posisi, ukuran, dan arah pergerakan elemen visual sudah selaras, seimbang, dan tidak bertabrakan, sehingga audiens dapat fokus pada pesan utama. Namun terdapat saran untuk memperbesar elemen grafis pada *scene* paket.

2. Tempo animasi *motion graphic* cukup baik, namun perlu penyesuaian durasi dengan penambahan dubbing agar dapat diterima dengan mudah oleh audiens walau dalam durasi yang singkat.
3. Pemilihan kombinasi warna (biru, kuning, oranye, dan putih) sudah baik dan mendukung keterbacaan serta fokus pada pesan utama, meskipun terdapat saran penambahan elemen pada *background scene* keunggulan agar tidak terlalu polos.
4. Penggunaan *typeface poppins* dinilai jelas, simpel, dan dapat dibaca dengan mudah di berbagai media.
5. Aspek FAB sudah diterapkan pada video *motion graphic* sebagai media promosi, seperti paket dan lokasi videotron, keunggulan videotron, manfaat, hingga kontak perusahaan. Namun belum dapat diserap informasinya secara utuh karena durasi yang singkat.

3.3. Perbaikan

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil wawancara dari ketiga narasumber ahli, video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi sudah menerapkan aspek *motion graphic* dan aspek FAB dengan baik. Namun, terdapat beberapa saran perbaikan yang perlu diperhatikan, yaitu ukuran grafis paket, durasi dan tempo animasi, serta penambahan elemen pada background di *scene* keunggulan.

Tabel 5. Hasil Perbaikan

Aspek	Perbaikan	Sebelum	Sesudah
<i>Spatial</i>	Perbaikan ukuran elemen grafis pada <i>scene</i> paket yang sebelumnya kecil menjadi besar		
<i>Temporal</i>	Penambahan dubbing dan penyesuaian durasi setiap <i>scene</i> sesuai dengan dubbing.		
<i>Live Action</i>	Penambahan garis-garis warna biru muda pada background yang sebelumnya polos.		

Setelah melakukan perbaikan berdasarkan saran dari para narasumber ahli, hasil video motion graphic iklan mengalami kenaikan yang signifikan khususnya pada aspek temporal. Penggunaan dubbing membantu audiens menyerap informasi dengan mudah karena audiens mendapatkan informasi tidak hanya dari visual, namun juga dari audio (dubbing). Penggunaan dubbing juga membantu mengurangi durasi *scene* tertentu, sehingga durasi yang dikurangkan dapat dialokasikan ke *scene* lain yang membutuhkan durasi tambahan. Sementara itu, memperbesar ukuran grafis pada *scene* paket membantu untuk menutupi ruang kosong di sekitar dan memperjelas informasi. Penambahan garis-garis warna biru pada background *scene* keunggulan juga menutupi ruang kosong.

3.4. Delivery

Bentuk akhir dari pengembangan produk berupa video motion graphic yang berdurasikan 30 detik dengan format MP4 dan ukuran 1920x1080 pixel. Video tersebut dipublikasikan melalui videotron milik PT. Alfatron Teknologi Indonesia yang teletak di salah satu sudut Kota Batam.

4. KESIMPULAN

Penggunaan metode Villamil Molina pada video *motion graphic* PT. Alfatron Teknologi Indonesia sebagai media promosi diakui dapat membuat video *motion graphic* dengan menerapkan FAB, yang terdiri dari *feature*, *advantage*, dan *benefit* pada video sebagai media promosi. Secara keseluruhan, video *motion graphic* menampilkan fitur, keunggulan, dan manfaat layanan videotron melalui narasi teks dan elemen grafis.

Berdasarkan evaluasi dan analisis data dari narasumber ahli, posisi dan pergerakan elemen visual, tempo, warna, tipografi, serta aspek FAB sudah mendukung keterbacaan serta fokus pada pesan utama video secara jelas dalam waktu singkat. Namun berdasarkan saran narasumber ahli, terdapat penambahan audio *dubbing* untuk mendukung penyampaian informasi dalam waktu singkat. Selain itu, terdapat penyesuaian ukuran grafis dan penambahan grafis pada *background* agar menutupi ruang kosong. Secara keseluruhan, perbaikan tersebut memberikan hasil yang positif terhadap kejelasan informasi melalui FAB kepada audiens. Pengembangan selanjutnya dapat difokuskan pada penguatan visual pada bagian lokasi videotron agar audiens dapat mengetahui gambaran dari lokasinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberi dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir. Penulis juga berterima kasih kepada pihak Alfatron yang telah memberikan fasilitas dan data yang diperlukan selama proses penyusunan tugas akhir. Tidak lupa, rasa terima kasih diberikan kepada keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang telah memberi dukungan, motivasi, dan doa selama penelitian berlangsung.

REFERENCES

- [1] S. H. Shahrulnizam, S. Che Din, N. A. Mohd Lazim, and N. A. Mohamed Ghazali, "The Usage of Motion Graphics in Promotional Videos: A Case Study For Digital Technology Hub," *Ideology Journal*, vol. 8, no. 2, pp. 237–243, Sep. 2023, doi: 10.24191/ideology.v8i2.477.
- [2] A. Sutrisno, B. F. Mustikasari, and N. K. Wardani, *Membuat Motion Graphic Untuk Youtuber*. Malang: Media Nusa Creative, 2024.
- [3] H. Djamal and A. Fachruddin, *Dasar-dasar penyiaran: Sejarah Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: KENCANA, 2022.
- [4] A. T. Negoro *et al.*, *Buku Ajar Desain Grafis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [5] T. Al-Munawwar, *Copywriting Anti Keriting: Cara Asyik Menulis Copy Tanpa Membuat Tangan Keriting*. Depok: Toni Al-Munawwar Publishing, 2025.
- [6] S. S. Alatas, "Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi Di Sosial Media," *JOURNAL OF APPLIED MULTIMEDIA AND NETWORKING*, vol. 4, no. 2, pp. 76–85, Dec. 2020, doi: 10.30871/jamn.v4i2.2525.
- [7] R. Mubarak, C. Barory, and Lukmansyah, *Smart Design For Small Business: Mengoptimalkan Desain Grafis Dengan Ponsel Pintar*. Indramayu: PT. Adab Indonesia Grup, 2024.
- [8] D. Wahyuningtyas and A. F. Hidayati, *Labirin Diri: Temukan Jalanmu Mengetahui Tentang Diri Sendiri*, 2nd ed. CV. Multimedia Edukasi, 2020.
- [9] J. Gerung, *Desain Media Untuk Promosi Kesehatan (Teori dan Praktek)*. Guepedia, 2020.
- [10] R. F. A. Aziza, A. Nurmasani, and Azizah Mayada, *Teori dan Praktik Desain UI/UX: Studi Kasus Implementasi dengan Metode Design Thinking*. Penerbit ANDI, 2024.
- [11] P. C. S. Sutisno, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT. Grasindo, 1993.
- [12] B. H. Sireger, A. Mansyur, S. Lumongga, and F. Rahmadani, *Teori & Praktis Multimedia Pembelajaran Interaktif*. Medan: Umsu Press, 2024.
- [13] L. Cnattingius, "Analyzing the effect of animated transitions on the user experience of mobile interfaces," *School of Electrical Engineering and Computer Science (EECS)*, 2021.
- [14] G. Mita Dwi Atmaja, L. Jadmiko Prasetyo, and E. Giantoro, "Penerapan Teknik Motion Graphic Dalam Program Televisi Feature 'Kelana Si Centil,'" *EDUTECH: Jurnal Inovasi Pendidikan Berbantuan Teknologi*, vol. 5, no. 2, pp. 200–206, 2025.
- [15] M. Suyanto, *Directing of Oscar Winners and Box Office*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2023.
- [16] N. T. Daniati, R. Mulyadi, and A. Nugroho, *Dasar-Dasar Animasi*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2023.
- [17] A. Shaw and J. Colette, *Motion Design Toolkit: Principles, Practice, and Techniques*. Taylor & Francis, 2022.
- [18] D. Wijaya, *Formula Copywriting: Seni Merangkai Kata untuk Melejitkan Penjualan*. Yogyakarta: Laksana, 2022.
- [19] M. B. Miles and A. M. Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. London: SAGE Publications, 1994.

LAMPIRAN

https://drive.google.com/drive/folders/15_-9609OAF38p_TPtZmEo-nlrI2OyVO2?usp=sharing