

## Penerapan *Flat Design Style* Sebagai Media Promosi pada Mesin Training ASRS VMES 4.0

Alifah Nursabila\*, Selly Artaty Zega, S.ST., M.Sc\*\*

\* Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

\*\* Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam

[4312001072.MJ@students.polibatam.ac.id](mailto:4312001072.MJ@students.polibatam.ac.id)<sup>1</sup>, [selly@polibatam.ac.id](mailto:selly@polibatam.ac.id)<sup>2</sup>

### Article Info

#### Article history:

Received December 13<sup>th</sup>, 2024

Revised December 20<sup>th</sup>, 2024

Accepted December 26<sup>th</sup>, 2024

#### Keyword:

Media Promosi

*Flat Design*

Mesin Training ASRS

Villamil-Molina

### ABSTRACT

Industri otomasi, khususnya yang berkaitan dengan mesin training ASRS, memerlukan media promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk dan manfaatnya kepada audiens yang tepat. Berdasarkan wawancara dengan pihak terkait yang bertanggung jawab atas mesin ASRS, perusahaan menyatakan kebutuhan akan media promosi yang dapat menyampaikan informasi secara jelas dan menarik. *Flat design style* dipilih sebagai pendekatan desain untuk pembuatan video promosi, karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan secara sederhana namun tetap profesional, sesuai dengan kebutuhan audiens yang mengutamakan efektivitas komunikasi visual. Penelitian ini menggunakan metode Villamil-Molina untuk mengembangkan dan menganalisis video promosi. Video berdurasi 1 menit 20 detik ini dirancang dengan elemen-elemen visual seperti animasi, teks, dan *voice over* untuk menjelaskan keunggulan mesin ASRS secara komprehensif. Evaluasi dilakukan melalui pengujian alpha dan beta, yang melibatkan tim internal dan audiens dari industri terkait. Pada pengujian alpha, tim internal mengevaluasi video untuk memastikan kesesuaian desain, konten, dan teknis, serta memberikan umpan balik untuk penyempurnaan. Setelah perbaikan, pengujian beta dilakukan dengan melibatkan audiens eksternal untuk mengukur sejauh mana pesan dan manfaat produk dapat dipahami. Hasil analisis menunjukkan bahwa video promosi ini efektif dalam menyampaikan keunggulan produk/manfaat, relevansi audiens dan ajakan bertindak (CTA). Desain visual yang sederhana namun menarik memungkinkan audiens untuk memahami informasi dengan mudah dan memberikan kesan profesional terhadap perusahaan.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.

All rights reserved

### Corresponding Author:

Third Author,

Departement of Electrical and Computer Engineering,

National Chung Cheng University,

168 University Road, Minhsiung Township, Chiayi County 62102, Taiwan, ROC.

Email: lsntl@ccu.edu.tw

## 1. INTRODUCTION

Vortex-MES, perusahaan manufaktur yang berbasis di Batam, menghadapi tantangan dalam pemasaran produk mereka, khususnya mesin training ASRS (Automated Storage and Retrieval Systems) VMES 4.0. Mesin ASRS ini dirancang untuk menjalankan operasi penyimpanan dan pengambilan item dengan kecepatan dan akurasi tinggi, berkat penggunaan controller PLC yang memastikan efisiensi dalam setiap tugasnya. Namun, meskipun mesin ini memiliki teknologi unggul, Vortex-MES merasa perlu meningkatkan strategi pemasaran agar lebih efektif dalam menarik perhatian audiens yang relevan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Raffly, supervisor peralatan pendidikan di perusahaan ini, diketahui bahwa media promosi yang digunakan sebelumnya, seperti flyer spesifikasi mesin, belum cukup menarik atau informatif [1]. Desain flyer yang terlalu ramai dan penggunaan warna monoton menyulitkan

audiens untuk memahami informasi yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan baru yang lebih sederhana, jelas, dan menarik, yang dapat menyampaikan pesan dengan cara yang efektif.

Media promosi yang efektif harus mengkomunikasikan pesan utama produk secara sederhana namun menarik perhatian audiens. Pesan yang baik tidak hanya menjelaskan nilai produk, tetapi juga mendorong audiens untuk bertindak [2]. Elemen pembujukan dalam promosi penting untuk mempengaruhi audiens, seperti menonjolkan keunggulan mesin ASRS dalam kecepatan dan akurasi berkat controller PLC. Promosi juga harus relevan dengan kebutuhan audiens. Pesan promosi harus menghubungkan kebutuhan audiens dengan solusi produk, seperti kebutuhan sekolah kejuruan atau perusahaan yang membutuhkan sistem penyimpanan otomatis efisien [3]. Call to Action (CTA) yang jelas dan langsung sangat penting juga menjadi elemen penting dalam sebuah media promosi yang efektif.. CTA harus mendorong audiens untuk bertindak, seperti mengajak mereka menghubungi perusahaan atau memulai pelatihan dengan kalimat seperti, "Bersiaplah menghadapi industri masa depan dengan mesin training ASRS" [4]. Media promosi yang efektif harus mencakup tiga elemen kunci ini agar dapat menyampaikan

*Flat design style* menjadi pilihan yang sangat tepat dalam desain video promosi ini karena prinsip dasarnya yang sederhana dan langsung ke inti pesan. *Flat design* mengutamakan kesederhanaan tanpa efek tiga dimensi seperti bayangan, gradien, atau tekstur. Desain ini menggunakan grafik vektor dengan warna solid dan kontur yang tegas, sehingga informasi dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami [5]. Namun, dalam konteks promosi mesin ASRS, penggunaan elemen prototype dengan kesan 3D tetap digunakan meskipun *flat design* dipilih sebagai gaya utama. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk memperjelas bentuk dan struktur mesin dalam video, yang hanya diizinkan oleh perusahaan menggunakan elemen tersebut untuk menggambarkan produk tersebut secara akurat.

Keunggulan utama dari *flat design* adalah kemampuannya untuk menghilangkan elemen visual yang membingungkan, dan lebih fokus pada elemen-elemen seperti tipografi, warna cerah, dan ilustrasi dua dimensi yang langsung menarik perhatian audiens [6]. Bagi produk seperti mesin ASRS, *flat design* sangat cocok karena audiens yang sebagian besar berasal dari sektor pendidikan atau industri memerlukan pemahaman yang jelas dan langsung mengenai fitur utama dan manfaat dari produk tersebut. Meskipun demikian, menciptakan *flat design* yang efektif bukanlah hal yang mudah. Tantangannya adalah menciptakan kesederhanaan yang tidak hanya indah dan menarik, tetapi juga fungsional dan informatif. Dalam hal ini, video promosi mesin ASRS akan mengandalkan desain yang bersih dan minimalis tanpa gangguan visual yang berlebihan, untuk memastikan audiens dapat fokus sepenuhnya pada pesan utama [7].

Dengan menggabungkan ketiga elemen utama dalam promosi yang efektif, pesan yang sederhana, relevan dengan audiens, serta CTA yang mendorong tindakan video promosi ini diharapkan dapat menciptakan dampak maksimal. Video ini akan mengadopsi *flat design style* untuk menyampaikan informasi tentang keunggulan mesin ASRS dengan cara yang mudah dipahami dan menarik bagi audiens yang relevan. Penelitian ini menggunakan metode Villamil-Molina dalam pengembangan video promosi yang meliputi tahapan *Development, Pre-Production, Production, Post-Production, dan Delivery*, serta menganalisis efektivitasnya melalui wawancara kualitatif dengan pihak perusahaan.

## 1.1 Literatur Review

Dalam studi literatur yang relevan, beberapa penelitian mengkaji penerapan teknik motion graphic dalam media promosi dengan metode dan gaya desain yang berbeda. Misalnya, dalam penelitian oleh Rizal dan Pahany [8], mereka mengembangkan video animasi motion graphic untuk STMik AKBA dengan menggunakan desain datar (*flat design*) untuk meningkatkan keterkenalan kampus di Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian dan pengembangan (Research and Development) yang menekankan pentingnya desain yang sederhana dan mudah dimengerti oleh audiens.

Selain itu, penelitian oleh Pratama et al [9] mengaplikasikan teknik motion graphic dengan gaya *flat design* dalam promosi video untuk kampus STMik Dharma Wacana. Mereka menerapkan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang mendalami tahapan produksi multimedia dengan fokus pada promosi pendidikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *flat design* dalam video promosi sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesan profesional. Sementara itu, dalam penelitian lain oleh Gahwa [10], meskipun menggunakan gaya desain isometrik untuk promosi aplikasi RushTrail, metodologi yang diterapkan adalah Villamil-Molina yang merupakan pendekatan berbasis evaluasi dalam desain grafis untuk media promosi. Villamil dan Molina mengembangkan sebuah metodologi yang menilai kualitas desain melalui tiga tahapan utama yaitu analisis pesan, pengembangan desain, dan evaluasi keterlibatan audiens. Metode ini menekankan pentingnya keterlibatan audiens dalam setiap tahap pengembangan media, yang dapat meningkatkan efektivitas pesan promosi [11]. Penelitian ini menghasilkan video promosi yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan, namun dengan perbedaan gaya desain yang lebih terstruktur dan tiga dimensi (*isometric*). Perbandingan ini menunjukkan bahwa meskipun gaya desain flat

lebih minimalis dan dua dimensi, gaya isometrik juga memberikan detail visual yang lebih kaya dan perspektif yang lebih kompleks.

Media promosi yang efektif harus mengkomunikasikan pesan utama produk secara sederhana namun menarik perhatian audiens. Pesan yang baik tidak hanya menjelaskan nilai produk, tetapi juga mendorong audiens untuk bertindak [2]. Dalam hal ini, terdapat tiga elemen penting untuk media promosi yang efektif: relevansi pesan, elemen pembujukan, dan Call to Action (CTA). Relevansi pesan memastikan bahwa promosi berhubungan langsung dengan kebutuhan target audiens [3]. Pesan ini menghubungkan produk dengan masalah nyata yang dihadapi audiens, menjadikan promosi lebih menarik. Elemen pembujukan diperlukan untuk menonjolkan keunggulan produk yang mempengaruhi audiens dengan memperlihatkan nilai yang signifikan dari produk tersebut. Bagian penting lainnya dari media promosi adalah CTA. CTA bertujuan mendorong audiens untuk bertindak, misalnya melalui ajakan atau pesan seperti memberikan langkah konkret bagi audiens untuk mengambil keputusan [4].

Dalam konteks gaya desain, *flat design* dapat menjadi sarana yang efektif untuk menggabungkan ketiga elemen ini. *Flat design* menekankan kesederhanaan tanpa efek tiga dimensi seperti bayangan, gradien, atau tekstur [5]. Gaya ini menggunakan warna solid dan kontur tegas untuk menciptakan estetika visual yang bersih dan fokus pada fungsi. Sebaliknya, desain vektor dengan elemen dimensi sering kali menggabungkan efek seperti gradien atau bayangan untuk menciptakan kedalaman [12]. Isometric style menjadi contoh dari pendekatan ini, memadukan elemen tiga dimensi di dunia desain dua dimensi [13]. Dengan perbandingan ini, *flat design* dan isometric style masing-masing menawarkan keunggulan yang dapat disesuaikan dengan konteks promosi. *Flat design* memudahkan pemahaman dengan desain minimalis, sementara isometric memberikan dimensi visual yang menarik. *Flat design* dengan estetika minimalis, penggunaan warna solid, dan struktur sederhana memudahkan audiens memahami pesan tanpa distraksi visual. Penelitian yang dibandingkan sebelumnya, seperti oleh Rizal dan Pahany serta Pratama et al, membuktikan bahwa penggunaan *flat design* dalam motion graphic berhasil meningkatkan keterlibatan audiens dan memberikan kesan profesional. Dengan pendekatan ini, *flat design* mendukung media promosi yang relevan, persuasif, dan mudah dipahami, sekaligus memperkuat daya tarik CTA.

## 2. RESEARCH METHOD

Metode Villamil-Molina menjadi pendekatan yang tepat dalam penelitian Penerapan *flat design style* pada mesin training ASRS VMES 4.0 sebagai media promosi. Berikut adalah langkah-langkah dalam penerapan metode Villamil-Molina dalam penelitian ini:

### 2.1 Metode Perancangan

Metode Villamil-Molina menjadi pendekatan yang tepat dalam penelitian Penerapan *flat design style* pada mesin training ASRS VMES 4.0 sebagai media promosi. Berikut adalah langkah-langkah dalam penerapan metode Villamil-Molina dalam penelitian ini:



#### 1. Development








Langkah awal melibatkan identifikasi audiens target, seperti siswa/mahasiswa Teknik Industri dan perusahaan manufaktur, untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan mereka. Pesan utama yang ingin disampaikan adalah keunggulan mesin dalam pelatihan, dengan pendekatan visual yang persuasif namun tidak berlebihan. Dalam proses ini, konsep visual awal menggambarkan gaya *flat design* dengan warna solid, ikon minimalis, dan ilustrasi sederhana. Sementara elemen kesan 3D dari prototipe mesin digunakan secara selektif untuk memberikan gambaran bentuk produk secara jelas tanpa menghilangkan keselarasan desain. Alur video dimulai dengan pengenalan masalah, menghubungkan kebutuhan dengan audiens, keunggulan produk, hingga ajakan bertindak (CTA) yang menarik.

#### 2. Pre Production

Setelah tahap konseptual dilalui, langkah selanjutnya adalah melakukan rancangan yang lebih konkret dalam persiapan produksi. Seperti menentukan storyboard, naskah, warna, dan font. Untuk storyboard akan ditampilkan pada table 1.

Table 1. Storyboard

 <p>Scene 1 Shot 1 00.00 – 00.10</p>	<p>Menampilkan ilustrasi industri di era sekarang.</p> <p>(VO: Di dunia industri modern, kecepatan dan akurasi menjadi kunci keberhasilan. Namun, bagaimana kita mempersiapkan tenaga kerja yang siap menghadapi tantangan ini?)</p>	 <p>Scene 6 Shot 1 00.42 – 00.50</p>	<p>Menampilkan ilustrasi kelebihan mesin ASRS.</p> <p>(VO: Memungkinkan fleksibilitas dalam berbagai lingkungan industri. Mudah dipasang, dioperasikan, dan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik)</p>
---	--	--	--

 <p>Scene 2 Shot 1 00.11 – 00.17</p>	<p>Menampilkan prototype mesin ASRS.</p> <p>(VO: Vortex MES menghadirkan solusi revolusioner, dengan mesin training ASRS)</p>		 <p>Scene 7 Shot 1 00.51 – 00.59</p>	<p>Menampilkan salah satu fitur mesin ASRS</p> <p>(VO: Dilengkapi dengan fitur keselamatan canggih tombol darurat menjamin keamanan maksimal selama proses pelatihan)</p>
 <p>Scene 3 Shot 1 00.18 – 00.27</p>	<p>Menampilkan ilustrasi bagaimana mesin menjadi jembatan untuk industri.</p> <p>(VO: Dibuat untuk mendekatkan pengalaman nyata di industri, mesin ini bukan hanya alat pelatihan, tetapi jembatan menuju dunia industri yang sebenarnya)</p>		 <p>Scene 8 Shot 1 01.00 – 00.10</p>	<p>Menampilkan ilustrasi VMES dan industri dengan tipografi teks.</p> <p>(VO: Bersiaplah menghadapi tantangan industri masa depan dengan mesin training ASRS dari Vortex MES!)</p>
 <p>Scene 4 Shot 1 00.28 – 00.34</p>	<p>Menampilkan mesin dan tipografi teks.</p> <p>(VO: Mesin ini dilengkapi dengan teknologi pneumatik canggih, memungkinkan simulasi realistis dari sistem penanganan produk yang digunakan di industri modern)</p>		 <p>Scene 9 Shot 1 01.00 – 00.20</p>	<p>Menampilkan kontak yang bisa dihubungi dengan tipografi teks.</p>
 <p>Scene 5 Shot 1 00.35 – 00.41</p>	<p>Menampilkan prototype PLC Case sebagai controller.</p> <p>(VO: Mesin training ASRS memastikan efisiensi tinggi dalam setiap operasi, dengan akurasi yang tak tertandingi)</p>			

Storyboard dengan gambaran visual dari setiap scene yang akan ditampilkan disertai dengan *voice over* dan audio background dengan jumlah durasi 1 menit 20 detik. Sementara naskah menyajikan dialog dan sebagian narasi yang akan diperdengarkan dalam video seperti pada Gambar 1.

<p>SCENE 1</p> <p>Menampilkan ilustrasi industri</p> <p>audio (voice over dan latar musik)</p> <p>"Di dunia industri modern, kecepatan dan akurasi menjadi kunci keberhasilan. Namun, bagaimana kita mempersiapkan tenaga kerja yang siap menghadapi tantangan ini"</p> <p>FADE OUT</p>
<p>SCENE 2</p> <p>Menampilkan prototype mesin ASRS</p> <p>audio (voice over dan latar musik)</p> <p>"Vortex MES menghadirkan solusi revolusioner, dengan mesin training ASRS"</p> <p>SWIPE</p>
<p>SCENE 3</p> <p>Menampilkan ilustrasi bagaimana mesin menjadi jembatan untuk industri</p> <p>audio (voice over dan latar musik)</p> <p>"Dibuat untuk mendekatkan pengalaman nyata di industri, mesin ini bukan hanya alat pelatihan, tetapi jembatan menuju dunia industri yang sebenarnya"</p> <p>FADE OUT</p>

Gambar. 1 Naskah

Pemilihan warna juga sudah diputuskan pada tahap ini, dimana warna utama yang digunakan adalah biru dan hijau, yang dipilih karena kontras yang baik dan mencerminkan identitas perusahaan.



#22618C



#358E42

Untuk pemilihan tipografi, font yang digunakan adalah *Poppins* yang bersih dan mudah dibaca, sehingga memberikan kesan profesional dan modern sesuai dengan tujuan promosi.

### 3. Production

Pengembangan gaya flat design style dilakukan untuk menciptakan visualisasi yang jelas. Proses ini juga melibatkan perekaman suara, termasuk proses voice-over, serta pemilihan musik latar yang sesuai. Semua elemen ini kemudian digabungkan dalam proses produksi video digital dan authoring, menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator untuk membuat ilustrasi dan After Effects untuk menyatukan semua elemen menjadi video promosi yang siap diuji dan dipublikasikan.

### 4. Post Production

Tahap post production melibatkan proses pengujian dan penyempurnaan produk media promosi. Pada tahap ini, video motion graphic yang telah dibuat diuji dengan pengujian alpha dan beta untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Uji alpha dan beta ini bertujuan untuk mengevaluasi video motion graphic dan kelayakan penggunaan video sebagai media promosi.

#### A. Pengujian Alpha dan Beta

Pengujian alpha dilakukan untuk menguji kelayakan dan efektivitas produk media promosi dalam menyampaikan informasi. Efektivitas video dinilai dari tiga aspek utama. Pertama, apakah pesan utama mesin training ASRS telah disampaikan dengan jelas dan menarik. Kedua, apakah manfaat produk yang ditampilkan dalam video sudah relevan dengan kebutuhan audiens. Ketiga, pengujian juga mencakup evaluasi apakah ajakan bertindak yang disampaikan dalam video sudah cukup kuat untuk mendorong audiens mengambil langkah lebih lanjut, seperti menghubungi penyedia produk atau mencari informasi tambahan.

#### 1. Pengumpulan Data Wawancara

Setiap wawancara berlangsung selama 15 menit. Pertanyaan yang diajukan mengarah pada pemahaman bagaimana *flat design* dapat diterapkan secara efektif dalam media promosi untuk menyampaikan pesan yang relevan, persuasif, dan mendorong audiens untuk bertindak melalui call to action (CTA) yang jelas.

#### 2. Subjek Wawancara Pengujian Alpha

Penelitian ini melibatkan dua responden ahli yang dipilih berdasarkan pengalaman dan keahlian mereka di bidang industri otomasi dan pemasaran produk teknologi. Responden pertama, Bapak Rafly, merupakan supervisor dan penanggung jawab mesin training ASRS VMES 4.0 dengan pengalaman kerja lebih dari 5 tahun di bidang otomasi industri. Responden kedua, Ibu Nabilla, menjabat sebagai Marketing Manager di Vortex-MES, juga dengan pengalaman lebih dari 5 tahun dalam pemasaran produk teknologi industri.

#### 3. Subjek Wawancara Pengujian Beta

Wawancara pengujian beta dilakukan secara semi-terstruktur terhadap lima responden yang memiliki latar belakang relevan dengan industri otomasi dan penggunaan mesin ASRS. Responden terdiri dari tiga siswa jurusan Teknik Otomasi Industri di sekolah dengan akreditasi yang memadai, serta dua teknisi yang telah bekerja di industri terkait, masing-masing dengan spesialisasi di bidang assembly electrical dan mechanical. Responden dipilih berdasarkan potensi sebagai pengguna utama mesin pelatihan ASRS, baik sebagai pelajar yang sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia industri maupun sebagai teknisi yang sudah memiliki pengalaman langsung dalam bidang perakitan dan pemeliharaan mesin.

### 5. Delivery

Tahap terakhir adalah tahap dimana video promosi akan didistribusikan melalui platform yang telah disesuaikan dengan target audiens.

## 3. RESULT AND ANALYSIS

### 3.1 Production

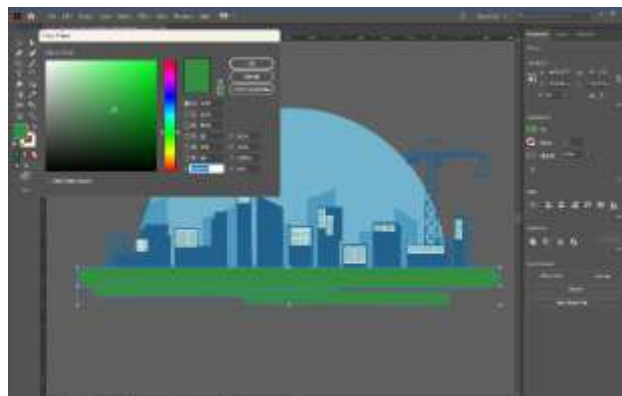
Setelah tahap pre production selesai, selanjutnya adalah melakukan produksi dengan pengembangan grafis, animasi, dan audio.

#### A. Pengembangan Grafis

Ikon dan ilustrasi dibuat dengan teknik *tracing* dan *coloring*, serta memilih warna biru #22618C dan hijau #358E42 yang memiliki kesinambungan dengan warna identitas Vortex MES, dan memberi kesan profesional. Semua elemen visual ini dirancang dengan gaya *flat design*, menghindari penggunaan efek seperti gradien dan bayangan untuk menjaga kesederhanaan dan keterbacaan visual. Hasil dari proses ini dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



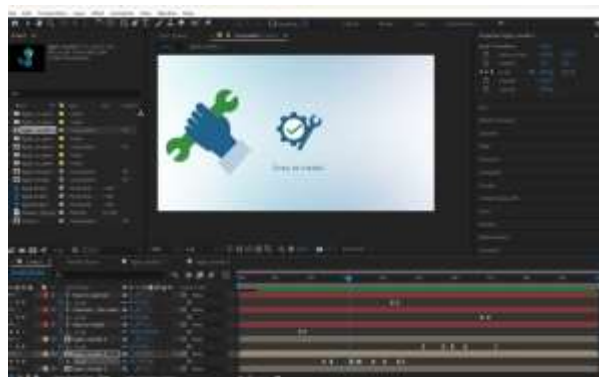
Gambar. 2 Tracing



Gambar. 3 Coloring

#### B. Pengembangan Animasi

Setelah tahap tracing dan coloring, elemen-elemen visual diimpor ke dalam software animasi dan diatur dengan teknik keyframe pada elemen-elemen seperti scale untuk pengaturan ukuran, position untuk mengatur posisi pergerakan objek, dan rotation untuk mengatur arah rotasi. Metode ini memungkinkan elemen menjadi dinamis dan memberikan kesan hidup, sesuai dengan tujuan tampilan yang diinginkan dalam video seperti pada Gambar 4.



Gambar. 4 Pengembangan Animasi

#### C. Pemilihan Musik Latar

Untuk memberikan kesan modern dan mendukung suasana profesional pada video promosi, musik latar yang dipilih berjudul "Technology is Our Future," yang diunduh secara gratis dari situs Pixabay. Setelah memilih musik latar, voice-over dilakukan sesuai dengan narasi yang direkam menggunakan software WavePad, menyesuaikan intonasi dan tempo agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dalam video promosi.

#### d. Editing

Setelah animasi selesai, tahap berikutnya adalah menggabungkan semua animasi dan memasukkan musik latar, dan voice-over. Dengan menyusun setiap animasi dengan urutan yang sesuai dengan alur storyboard sehingga pesan yang disampaikan mudah diikuti oleh penonton seperti pada Gambar 5.



Gambar.5 Editing

#### e. Rendering

Pada tahap rendering, proses ekspor video dengan durasi 1 menit 20 detik dilakukan setelah seluruh editing dan pengaturan elemen animasi selesai. Rendering menghasilkan output dalam format MP4 untuk memastikan kualitas video tetap optimal dan ukuran file tidak terlalu besar, sehingga mudah didistribusikan atau diunggah ke berbagai platform.

### 3.2 Post Production

Setelah tahap produksi selesai, langkah berikutnya adalah pengujian dengan hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan responden terkait.

#### 1. Hasil Analisis Temuan Wawancara pengujian Alpha

##### a. Pesan yang Membujuk

Hasil wawancara menunjukkan bahwa visualisasi keunggulan utama mesin training ASRS, yaitu kecepatan dan akurasi, diterima dengan baik oleh responden. Bapak Rafli menyarankan untuk menambahkan informasi teknis lebih lanjut, seperti merk controller PLC, agar audiens memperoleh pemahaman yang lebih lengkap. Ibu Nabilla menilai bahwa manfaat produk sudah tergambarkan dengan jelas, mendukung efektivitas promosi. Teori mengenai *flat design* menunjukkan bahwa desain yang bersih dan sederhana sangat efektif dalam menyampaikan pesan utama tanpa gangguan visual yang membingungkan audiens [14]. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa visualisasi yang jelas dan fokus pada fitur utama produk membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

##### b. Keselarasan Pesan Promosi

Responden setuju bahwa pesan promosi sudah relevan dengan audiens target, seperti siswa teknik dan perusahaan industri. Bapak Rafli merasa bahwa informasi yang disampaikan sudah cukup menarik, sementara Ibu Nabilla menambahkan bahwa pesan ini dapat menciptakan hubungan emosional yang baik dengan audiens. Teori mengenai keselarasan pesan dalam *flat design* mendukung hasil wawancara ini, dengan menyatakan bahwa desain yang minimalis dan terfokus dapat meningkatkan keselarasan antara pesan dan audiens, menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat [15]. Dengan meminimalkan elemen desain yang tidak perlu, pesan promosi dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens yang diinginkan. Pesan utama yang ingin disampaikan melalui video promosi dianggap efektif oleh responden.

##### c. Desain Visual dan Estetika Media

Desain visual dengan *flat design style* diapresiasi oleh responden, dengan Bapak Rafli menganggap desain yang digunakan sangat relevan dan profesional. Ibu Nabilla menilai penggunaan warna, font, dan elemen desain sesuai dengan citra perusahaan, menciptakan kesan modern dan menarik. Teori mengenai *flat design* mengemukakan bahwa desain yang sederhana, dengan elemen visual yang jelas dan tidak berlebihan, membantu audiens untuk lebih fokus pada pesan utama tanpa distraksi [16]. Oleh karena itu, penggunaan *flat design style* dalam video promosi ini terbukti efektif dalam menciptakan kesan yang sesuai dengan citra perusahaan dan meningkatkan daya tarik visual.

##### d. Call to Action (CTA)

CTA dalam video promosi dinilai sudah cukup efektif dan tidak berlebihan. Bapak Rafli menyatakan bahwa CTA berhasil mengarahkan audiens untuk mengambil langkah selanjutnya, sementara Ibu Nabilla menilai CTA sudah profesional dan mendukung keseluruhan pesan promosi. Teori tentang CTA dalam *flat design* menyatakan bahwa elemen visual yang jelas dan sederhana dapat memperkuat ajakan bertindak yang

ingin disampaikan. Sebagai contoh, desain yang tidak berlebihan memungkinkan audiens untuk fokus pada CTA, meningkatkan peluang untuk diikuti [17]. Hasil wawancara mendukung hal ini, di mana responden merasa CTA dalam video sudah cukup jelas dan mendorong tindakan.

e. Kritik dan Saran

Responden memberikan beberapa masukan yang membangun, termasuk:

1. Penambahan subtitle untuk meningkatkan aksesibilitas.
2. Penyertaan informasi teknis, seperti merk controller PLC, untuk memperkaya detail promosi.
3. Perpanjangan durasi video agar penyampaian informasi lebih santai dan mendalam.

f. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara, media promosi video mesin training ASRS telah memenuhi tujuannya dalam menyampaikan keunggulan produk secara efektif kepada audiens yang relevan. Responden memberikan apresiasi terhadap desain visual, narasi, dan struktur pesan yang dinilai menarik serta mendukung kebutuhan promosi. Kritik yang muncul, seperti perlunya penambahan subtitle dan informasi teknis tambahan, memberikan masukan berharga untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan beberapa perbaikan, media promosi ini berpotensi menjadi alat komunikasi yang lebih inklusif dan efektif, terutama bagi audiens yang lebih luas seperti siswa teknik atau pekerja di industri otomasi.

## 2. Hasil Analisis Temuan Wawancara Pengujian Beta

a. Pesan yang Membujuk

Berdasarkan tanggapan, semua responden menyatakan bahwa pesan utama dalam video promosi sudah jelas dan mudah dipahami. Pesan mengenai manfaat dan cara kerja mesin training ASRS sebagai solusi efisien di era industri modern diterima dengan baik. Responden merasa informasi yang disampaikan tidak membingungkan dan mendukung tujuan video.

b. Keselarasan Pesan Promosi

Manfaat produk yang disampaikan melalui video promosi dinilai sangat relevan oleh responden. Khususnya bagi pekerja industri dan siswa di bidang teknik otomasi, mesin ini menawarkan solusi praktis yang mampu meningkatkan keterampilan dan efisiensi teknis. Beberapa responden juga mengapresiasi detail teknis yang dijelaskan dalam video.

c. Desain Visual

Responden sangat mengapresiasi desain visual dalam video ini. Warna, font, dan gaya *flat design* dianggap modern, profesional, dan sesuai dengan citra perusahaan. Beberapa responden secara khusus memuji penggunaan warna biru dan hijau yang memberikan kesan menarik dan tidak membingungkan.

d. Efektivitas CTA (Call to Action)

Sebagian besar responden merasa terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut atau menghubungi penyedia produk setelah menonton video. Ini menunjukkan bahwa elemen CTA dalam video promosi bekerja dengan baik untuk memotivasi audiens mengambil langkah berikutnya.

e. Area Perbaikan

Meskipun video promosi ini sudah diterima dengan baik oleh audiens, ada beberapa area yang bisa diperbaiki untuk meningkatkan kualitasnya:

1. Audio: Beberapa responden menyarankan untuk mengurangi volume suara latar di bagian awal video, karena terdengar agak mengganggu. Menyesuaikan keseimbangan audio antara suara latar dan narasi akan membantu audiens untuk lebih fokus pada pesan yang disampaikan.
2. Penyampaian Narasi: Ada yang mengusulkan untuk memperlambat narasi di beberapa bagian, sehingga audiens dapat lebih mudah mengikuti informasi teknis yang diberikan.

f. Kesimpulan Wawancara

Secara keseluruhan, video promosi mesin training ASRS diterima dengan baik oleh audiens target, yang menghargai desain visual modern, penyampaian pesan yang jelas, dan manfaat produk yang relevan. Namun, ada saran untuk perbaikan pada aspek audio, khususnya suara latar di awal video yang terasa mengganggu. Perbaikan di area ini akan meningkatkan kenyamanan audiens dan memastikan pengalaman menonton yang lebih optimal. Temuan ini menegaskan bahwa video promosi sudah efektif dalam menyampaikan informasi tentang mesin training ASRS, dan saran yang diberikan akan membantu meningkatkan kualitas media ini lebih lanjut.

## 3.3 Delivery

Setelah melalui proses produksi, pengujian, dan revisi, video promosi mesin training ASRS siap untuk dipublikasikan ke YouTube.

#### 4. CONCLUSION

Penerapan *flat design style* pada media promosi mesin training ASRS telah berhasil menghasilkan sebuah video promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan profesional. *Flat design style*, yang mengutamakan kesederhanaan visual, mampu memfokuskan perhatian audiens pada pesan utama tanpa gangguan visual yang berlebihan. Penggunaan elemen desain seperti warna solid, ikon sederhana, dan animasi yang dinamis berperan penting dalam memperkuat kejelasan informasi terkait keunggulan/manfaat mesin ASRS, relevansi audiens dan ajakan bertindak (CTA). Dengan mengutamakan kesederhanaan dan profesionalisme, *flat design* berhasil mendukung citra perusahaan yang modern dan terpercaya. Hasil pengujian alpha dan beta menunjukkan bahwa video promosi ini diterima dengan baik yang melibatkan para ahli dan audiens dari industri terkait. Secara keseluruhan, video promosi mesin training ASRS telah berhasil memenuhi tujuannya sebagai alat komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada audiens yang relevan, seperti siswa teknik otomasi industri dan pekerja di bidang industri. Dengan beberapa perbaikan terkait aksesibilitas dan detail teknis, media promosi ini berpotensi menjadi alat yang lebih inklusif dan berdampak dalam memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas.

#### ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Selly Artaty Zega, S.ST., M.Sc selaku dosen pembimbing atas arahan, masukan, dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Rafly, Supervisor Peralatan Pendidikan, dan Ibu Nabilla, Marketing Manager dari Vortex-MES, atas bantuan serta partisipasinya dalam uji coba media promosi ini. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman atas dukungan moral yang terus menerus.

#### REFERENCES

- [1] B. Rafly, Wawancara mengenai media promosi mesin, Oktober 2023.
- [2] T. S. Maulani, "The Differentiation of Digital Products to Enhance Brand Image and Its Impact on Intention to Use E-Wallets During the COVID-19 Pandemic," *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*. 2021.
- [3] S. Kadia, "Integrated Marketing Communications for Public Policy: Perspectives from the World's Largest Employment Guarantee Program MGNREGA," in *Title of the Book*, C. Editor, Ed. Singapore: Springer, 2022.
- [4] P. M. Nadube and T. E. Isenah, "Emotional appeals and advertising effectiveness: A theoretical reflection," *BW Academic Journal*, pp. 16-16, 2023.
- [5] Rustan P. *Flat design in the Modern Web Design*. *Journal of Digital Design*. 2019;7(3):15-23.
- [6] Pratama U. *The Effectiveness of Flat design in Multimedia Promotion*. *International Journal of Design Studies*. 2022;9(4):45-52.
- [7] Tobing D. *Minimalism in Motion Graphics Design*. *Journal of Graphic Arts and Motion*. 2021;15(2):30-38.
- [8] Rizal E, Pahany T. *Flat design Application in Motion Graphic for STMik AKBA Branding*. *Journal of Multimedia Design*. 2021;5(1):40-48.
- [9] Pratama R, et al. *The Effectiveness of Motion Graphic Promotion in Education Using Flat Design*. *Journal of Multimedia*. 2022;6(2):20-27.
- [10] Gahwa M. *Isometric Design for Digital Marketing*. *Journal of Digital Marketing Research*. 2021;3(1):10-18.
- [11] Villamil, S., & Molina, R. (2004). *Evaluating visual design in promotional media: A method for analyzing graphic design effectiveness*. *Journal of Graphic Design Studies*, 22(4), 10-25.
- [12] Davis W. *Vector Graphics and the Use of Gradients*. *Graphic Design Review*. 2018;3(4):15-22.
- [13] Snyder L. *Isometric Design in Digital Media*. *Journal of Design Theory*. 2019;8(5):10-18.
- [14] Smith J, Brown T. *Designing for impact: A guide to flat design in advertising*. 2nd ed. New York: Graphic Arts Press; 2019.
- [15] Johnson P. *Effective message delivery through design: Relevance and emotional connection*. *Journal of Visual Communication Design*. 2018;45(3):222-234.
- [16] Green M. *Simplicity in design: How flat design helps businesses stand out*. *Journal of Graphic Design Theory*. 2020;12(4):189-198.
- [17] Smith J. *Understanding the power of call to action in modern advertising*. *Advertising Review*. 2020;58(2):45-56.