

Pembuatan motion graphic iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ di PT Kreigan Sentral Teknologi

The making of Flick and Silvi+ apps motion graphics advertisement at PT Kreigan Sentral Teknologi

Diana Putri Rahmani^{1*}, Merry Ardelia Wirastuti¹, Nabila Fakhiratunisa¹, Mochamad Farras Fauzan², Vandame Ronald Suhada², Mira Fitria Devi Fitriani², Naufal Alif Falah², Joddy Lintar Balle², Teuku Rizha³, Ridwan Siskandar^{4*}

¹ Student of Informatics Management Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, West Java, Indonesia

² Student of Computer Engineering Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, West Java, Indonesia

³ PT Kreigan Sentral Teknologi, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

⁴ Computer Engineering Study Program, College of Vocational Studies, IPB University, Bogor, West Java, Indonesia

putri_diana@apps.ipb.ac.id

Article Info:

Received: 07-06-2021

in revised form: 07-07-2021

Accepted: 12-07-2021

Available Online: 31-07-2021

Keywords:

Motion graphic, iklan, aplikasi mobile, informasi, media promosi

Corresponding Author:

PT Kreigan Sentral Teknologi,
Jakarta Selatan, DKI Jakarta,
Indonesia
putri_diana@apps.ipb.ac.id

Abstract: The rapid technology development has a major impact on the economic activities that develop in the community. The number of products and services that have sprung up today makes entrepreneurs have to compete to get the attention of consumers so that they are not less competitive. PT. Kreigan Sentral Teknologi, which is engaged in digital finance, currently has 2 mobile applications, namely FlickApp and Silvi +, but the company does not have advertisements regarding related applications so that these applications are not widely known by the public. Therefore the company needs an interesting and informative promotional media. The purpose of this project is to produce a promotional media which including the information about FlickApp and Silvi+ in the form of motion graphics using Adobe XD, Adobe Illustrator, and Adobe After Effect.

Abstrak: Kemajuan teknologi yang pesat berdampak besar pada kegiatan ekonomi yang berkembang di kalangan masyarakat. Banyaknya produk dan layanan jasa yang bermunculan saat ini membuat para pengusaha harus berlomba untuk mendapatkan perhatian konsumen agar tidak kalah saing. PT. Kreigan Sentral Teknologi yang bergerak di bidang keuangan digital saat ini mempunyai 2 aplikasi mobile yaitu FlickApp dan Silvi+, namun perusahaan belum mempunyai iklan mengenai aplikasi terkait sehingga aplikasi tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat. Maka dari itu perusahaan membutuhkan suatu media promosi yang menarik dan informatif. Tujuan dari proyek ini yaitu untuk menghasilkan media promosi yang mencakup informasi mengenai FlickApp dan Silvi+ yang dikemas dalam bentuk motion graphics menggunakan Adobe XD, Adobe Illustrator, dan Adobe After Effect.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat berdampak besar pada kegiatan ekonomi yang berkembang di kalangan masyarakat. Banyaknya produk dan layanan jasa yang bermunculan saat ini membuat para pengusaha harus berlomba untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan menginformasikan produk atau layanan jasanya agar tidak kalah saing.

PT. Kreigan Sentral Teknologi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi yang berfokus pada keuangan digital. Hingga kini perusahaan tersebut sudah mempunyai

2 produk aplikasi yaitu Flick dan Silvi+. Flick merupakan sebuah platform teknologi finansial yang menjadikan transaksi antara pengguna dan usaha yang bergabung di Flick menjadi mudah, cepat, dan aman. Sedangkan Silvi+ merupakan fitur POS (Point-Of-Sales) dari Flick dengan kata lain, Silvi+ adalah sistem kasir mobile untuk restoran maupun UMKM. Untuk aplikasi Flick saat ini sudah tersedia untuk pengguna android dan ios, sedangkan aplikasi Silvi+ baru bisa digunakan oleh pengguna android saja. Namun kedua aplikasi tersebut masih belum banyak dikenal oleh masyarakat sehingga dibutuhkannya media promosi. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan PT Kreigan Sentral Teknologi membutuhkan suatu video iklan yang menarik dan informatif, dimana hal tersebut merupakan salah satu alternatif dalam menyebarkan informasi yang cepat sehingga masyarakat dapat mengenal aplikasi FlickApp dan Silvi+.

Menurut (Pujiyanto, 2013) Iklan merupakan sarana komunikasi terhadap produk yang disampaikan melalui berbagai media dengan biaya pemrakarsa agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti. Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen kepada khalayak ramai. Dari tahun ke tahun banyak inovasi bentuk penyampaian iklan yang semakin menarik dan mengedukasi seperti contohnya menggunakan *motion graphic*.

Motion graphic adalah potongan - potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Hal tersebut bisa dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D atau 3D, tipografi, fotografi, dan musik. Penyampaian informasi menggunakan *motion graphic* dapat dengan cepat dipahami dan lebih menarik karena media yang disampaikan berupa animasi dan audio (Sukarno & Setiawan, 2014). Maka dari itu selain bisa menjadi media informasi mengenai aplikasi FlickApp dan Silvi+, *motion graphic* ini juga bisa dijadikan sebagai media promosi bagi perusahaan.

Media merupakan sarana ataupun sebuah alat untuk menayangkan dan memperkenalkan sebuah informasi tersebut secara visual maupun audio visual, sedangkan promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli (Philip, 1997). Dengan adanya media promosi yang dibuat oleh penulis melalui *motion graphic* ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui serta mengunduh aplikasi FlickApp dan Silvi+.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT Kreigan Sentral Teknologi. Bertempatkan di Jl.Harapan No.3, Malayka Resident No.5 RT.03. RW.03, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan. Dilaksanakan pada tanggal 1 Februari 2021 sampai dengan 2 Mei 2021.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian pembuatan *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ adalah metode observasi kualitatif. Observasi kualitatif diterapkan dalam konteks suatu kejadian natural, mengikuti alur alami kehidupan amatan (Hasanah, 2017). Dari penelitian dengan metode observasi kualitatif yang dilakukan di PT Kreigan Sentral Teknologi menghasilkan 3 tahapan produksi yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk mengolah secara mendalam hasil dari pengamatan. Seperti yang sudah dijelaskan pada tahap metode pengumpulan data, Adapun hasil dari pengamatan yang dilakukan di PT Kreigan Sentral Teknologi adalah tahapan dalam pembuatan *motion graphic*, sebagai berikut :

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan sebuah proses tahap awal atau tahap perencanaan dalam pembuatan produk multimedia yang berupa pengumpulan data dan elemen yang berkaitan dengan produksi. Dalam tahap ini *briefing* (pengarahan) dan penentuan ide atau konsep dilakukan.

a. *Briefing* (pengarahan)

Briefing (pengarahan) adalah memberikan penjelasan-penjelasan secara singkat atau pertemuan untuk memberikan penjelasan-penjelasan secara singkat atau pertemuan untuk memberikan penerangan secara singkat (Yulianita, 2007). *Briefing* perlu dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman mengenai informasi, teks atau warna. Dalam tahap ini *briefing* dilakukan dengan pembimbing lapang untuk membahas gambaran mengenai pembuatan *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ serta menjawab 4 W Question (Fecher, 2017) yang terdiri dari :

- *Who is your target group* (Siapa terget audiens?)
Target audiens pembuatan *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ yaitu masyarakat khususnya pengguna media sosial Youtube dan Instagram.
- *Why are you doing this* (Apa tujuannya?)
PT Kreigan Sentral belum mempunyai iklan mengenai produknya (FlickApp dan Silvi+) sehingga aplikasi tersebut belum banyak dikenal oleh masyarakat. Maka dari itu dibutuhkan media promosi yang memuat informasi mengenai aplikasi tersebut.
- *Where is your platform* (Platform apa yang dipakai?)
Motion graphic asplikasi FlickApp dan Silvi+ akan dipublikasikan melalui media sosial perusahaan seperti Youtube dan Instagram.
- *What are your restrictions?* (Apa saja batasan masalahnya?)
Hasil akhir pembuatan produk multimedia berbentuk *motion graphic* dengan format file mp4 dan resolusi 1920x1080. *Motion graphic* iklan ini membahas sekilas tentang fitur dan tampilan umum yang ditawarkan oleh masing masing aplikasi serta berdurasi antara 42-44 detik menyesuaikan dengan durasi jingle perusahaan dan dilengkapi dengan VO (Voice over) untuk mendukung visual yang ditampilkan. Sedangkan untuk pemilihan warna dan tipografi mengikuti *identity guidelines* yang diberikan oleh perusahaan.

b. Penentuan Ide dan Konsep

Penentuan ide dan konsep adalah suatu langkah dasar yang penting dalam pembuatan produk multimedia. Ide dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rancangan yang tersusun dalam pikiran. Sedangkan konsep dalam pembuatan *motion graphic* merupakan rancangan dalam menentukan jalan pembuatan *motion graphic* yang biasanya dikemas dalam *storyboard*.

Pembuatan *storyboard* dibutuhkan sebagai acuan dari *scene - scene* yang akan dibuat nantinya dalam tahap produksi animasi sehingga tidak terjadi penyimpangan yang terlalu mencolok terhadap ide/konsep cerita.

c. Pemilihan Aplikasi

Pada tahap ini pemilihan aplikasi/software yang akan digunakan pada saat proses produksi dilakukan. Tahap pemilihan aplikasi disesuaikan dengan kebutuhan untuk menghasilkan produk yang akan dikerjakan.

Tabel 1 Software yang digunakan dalam pembuatan motion graphic

Produk	Kategori Aplikasi			
	Adobe XD 2020	Adobe Illustrator CC 2017	Adobe After Effect CC 2017	Handbrake
Motion Graphic	✓	✓	✓	✓

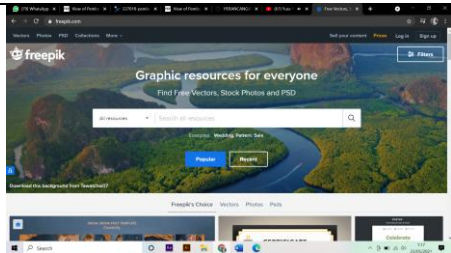
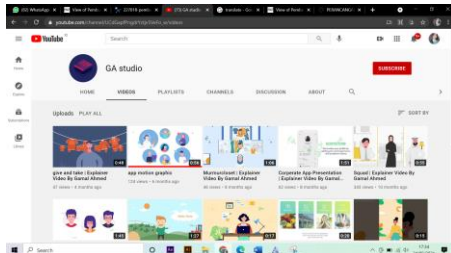
Tabel 2 Kegunaan aplikasi software

Nama Aplikasi	Kegunaan Aplikasi
Adobe XD 2020	Digunakan untuk memisahkan dan mengexport tampilan UI aplikasi yang akan digunakan pada <i>motion graphic</i> .
Adobe Illustrator CC 2017	Digunakan untuk mengedit asset vektor yang nantinya akan dipergunakan untuk pembuatan <i>motion graphic</i> .
Adobe After Effect CC 2017	Digunakan untuk membuat <i>motion graphic</i> . Serta penganimasian vektor yang sebelumnya sudah diedit.
Handbrake	Digunakan untuk menconvert file .mov menjadi file .mp4

d. Pencarian Referensi

Pencarian referensi dilakukan untuk mempermudah tahap pengerjaan karena dapat digunakan sebagai petunjuk dalam pengerjaan produk. Pengumpulan referensi meliputi pencarian ilustrasi dan video yang akan dicari di *website* dan *platform* sebagai berikut.

Tabel 3 Sumber referensi yang digunakan

Gambar	Website dan Penjelasan Referensi
	https://www.freepik.com/ Freepik merupakan salah satu website penyedia gambar vektor, foto maupun icons yang dapat diunduh secara gratis maupun berbayar dengan format .ai atau .psd
	https://www.youtube.com/channel/UCdGapfPngdrYztjv5VeFo_w/videos Youtube channel ini merupakan sumber referensi untuk pembuatan <i>motion graphic</i>

e. Material Collecting

Material collecting merupakan tahapan untuk mengumpulkan bahan yang akan digunakan dalam proses produksi. Pengumpulan bahan meliputi logo serta tampilan aplikasi FlickApp dan Silvi+, pemisahan *vector* yang diberikan oleh perusahaan menjadi beberapa *layer* dan juga *background* yang akan digunakan dalam *motion graphic*.

2. Produksi

Pada tahap ini produk multimedia dibuat berdasarkan perancangan yang sudah dibuat sebelumnya. Pada tahapan ini dilakukan pembuatan semua produk multimedia yang dimulai dari proses *editing* hingga *rendering*.

3. Pasca Produksi

Pasca Produksi merupakan tahap akhir dalam pengerjaan sebuah rangkaian produksi multimedia. Pada tahap ini proses evaluasi terhadap proses produksi dilakukan. Biasanya terdiri dari :

a. Demo Produk

Produk multimedia yang sudah dibuat diperlihatkan pada klien agar bisa diberikan kritik atau masukan untuk revisi.

b. Revisi

Revisi merupakan proses memperbaiki produk multimedia yang sudah jadi sehingga perlu adanya proses *editing* kembali agar sesuai dengan keinginan klien.

c. Publikasi

Jika proses revisi telah selesai, produk multimedia siap di publikasi ke platform yang sebelumnya sudah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Motion graphic iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ berhasil dibuat dengan ukuran 1920x1080 yang berdurasi antara 42-44 detik dan demo produk sebagai berikut :

Tabel 4 Sumber referensi yang digunakan

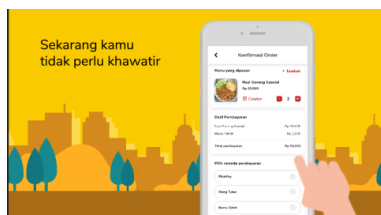
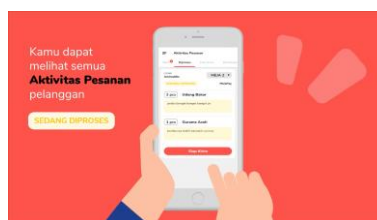
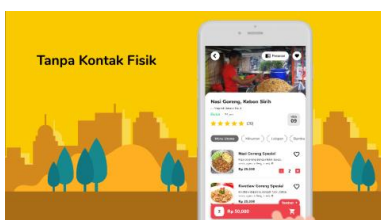
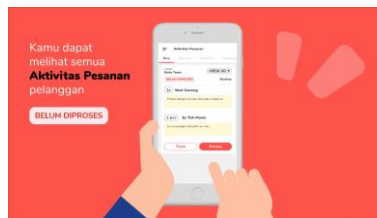
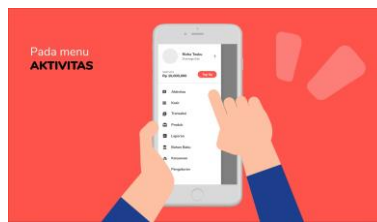
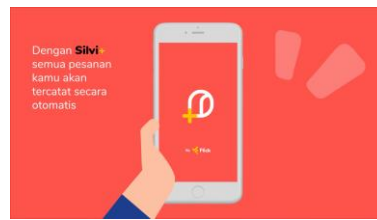
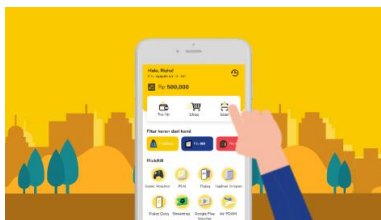
FlickApp	Silvi+
	
	

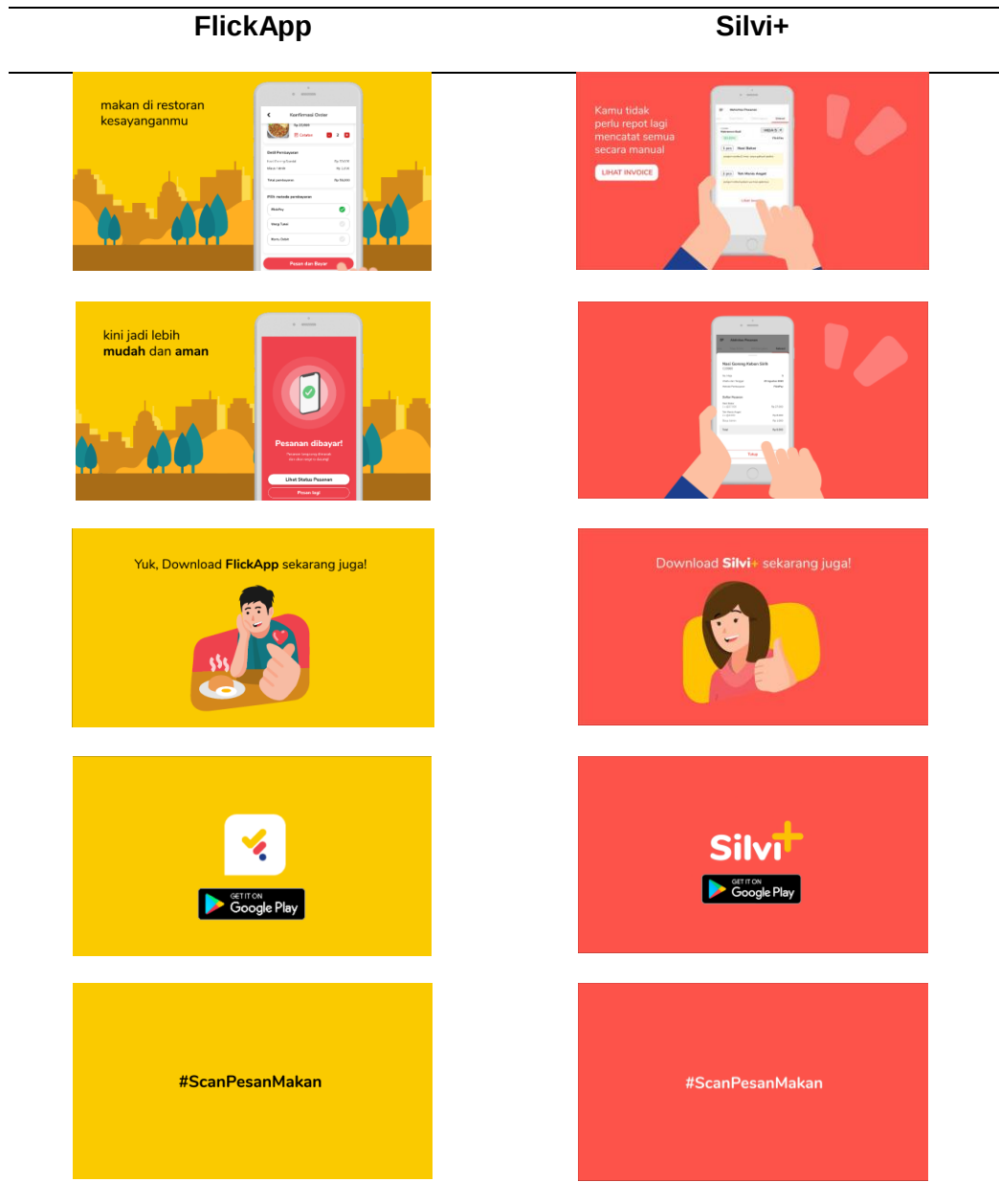
FlickApp

Silvi+

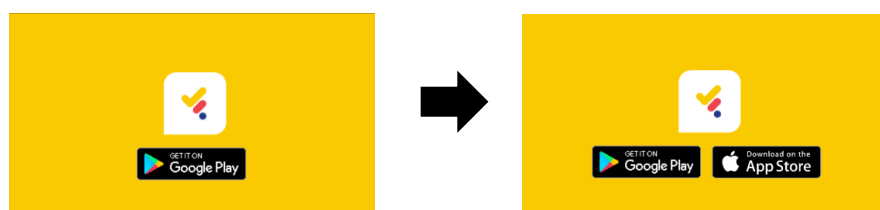
Sekarang kamu tidak perlu khawatir
karena **FlickApp** punya
solusinya

Udah gak jaman salah catet
kalo pakai

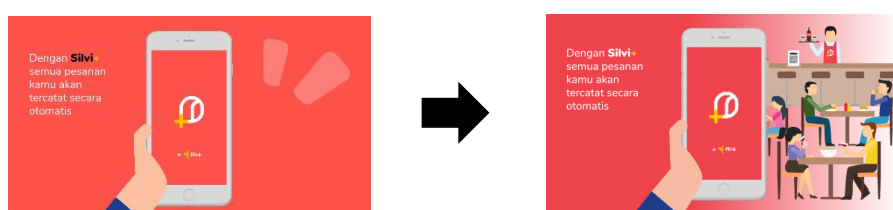




Adapun revisi yang diberikan oleh pembimbing lapang sebagai berikut :



(a) Revisi tersebut diberikan karena aplikasi Flick sudah tersedia di AppStore.



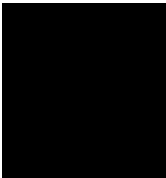
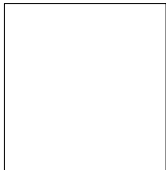
- (b) Mengganti font yang berwarna hitam menjadi putih dan menambahkan ilustrasi restoran.

B. PEMBAHASAN

1. Pemilihan Warna

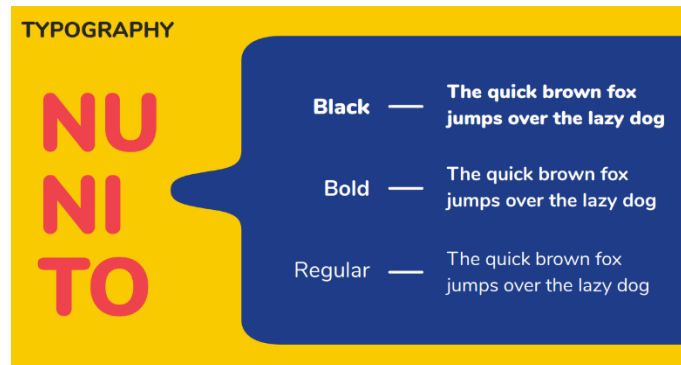
Warna yang dipilih pada *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ mengikuti *identity guidelines* yang diberikan oleh perusahaan. Berikut beberapa warna yang digunakan pada pembuatan *motion graphic*:

Tabel 5 Pemilihan warna pada *motion graphic*

Warna	Hexa code	RGB	Keterangan
	#FACA00	R : 250 G : 202 B : 0	Merupakan warna <i>primary</i> yang menggambarkan keceriaan dan kehangatan. Kuning melambangkan matahari, dengan arti bahwa perusahaan dapat membawa cahaya melalui produknya.
	#1F3C88	R : 31 G : 60 B : 136	Merupakan warna <i>secondary</i> yang melambangkan kepercayaan.
	#1F3C88	R : 238 G : 66 B : 77	Merupakan warna <i>accent</i> dan warna <i>primary</i> untuk aplikasi Silvi+ yang melambangkan gairah (<i>passion</i>).
	#000000	R : 0 G : 0 B : 0	Merupakan warna font yang digunakan pada <i>motion graphic</i> .
	#FFFFFF	R : 0 G : 0 B : 0	Merupakan warna font yang digunakan pada <i>motion graphic</i> .

2. Tipografi

Font yang digunakan dalam pembuatan *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ yaitu Nunito. Font tersebut merupakan salah satu *identity guidelines* perusahaan dan di desain oleh Vernon Adams yang pada dasarnya tersedia di google fonts dan dapat diunduh secara gratis di <https://fonts.google.com/specimen/Nunito>.



Gambar 1. Pemilihan tipografi

3. Backsound

Penggunaan backsound pada *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ merupakan jingle perusahaan yang dibuat oleh Four Percent Studio dengan melodi yang modern dengan tujuan menyampaikan identitas perusahaan yang menceritakan bagaimana perusahaan membuat transaksi pengguna menjadi mudah, cepat dan aman.

Adapun pengujian dari hasil produk yaitu dengan metode penyebaran kuesioner kepada responden pengguna media sosial khusus nya Youtube dan Instagram melalui *Google Form* dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kelayakan *motion graphic* iklan aplikasi FlickApp dan Silvi+ untuk dijadikan media informasi maupun promosi dan sejauh mana *target audience* paham dengan maksud atau isi dari *motion graphic* yang dibuat. Hasil pengujian *motion graphic* ditunjukkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 6 Pemilihan warna pada *motion graphic*

No	Aspek	Jawaban				
		1	2	3	4	5
A. Visual						
1.	Pemilihan grafis sudah sesuai				10	10
2.	Pemilihan warna sudah sesuai				3	17
3.	Pergerakan animasi pada <i>motion graphic</i> sudah baik				15	5
4.	Pemilihan visual pada <i>motion graphic</i> sudah baik				12	8
5.	Teks atau tipografi pada <i>motion graphic</i> dapat dibaca dengan jelas			1	8	11

No	Aspek	Jawaban				
		1	2	3	4	5
B. Isi						
1.	Informasi yang disampaikan jelas dan mudah dipahami				10	10
2.	Konsep atau ide pada <i>motion graphic</i> menarik bagi <i>audience</i>				7	13
C. Audio						
1.	<i>Backsound</i> sudah sesuai dengan video				9	11
2.	<i>Voice over</i> terdengar jelas			2	11	7
Jumlah				3	85	92
Presentase				1,7%	47,2%	51%

*Catatan

- | | | | |
|---|---------------|---|-------------|
| 1 | Sangat Kurang | 4 | Baik |
| 2 | Kurang | 5 | Sangat Baik |
| 3 | Cukup | | |

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa responden menilai *motion graphic* dengan persentase sangat baik sebesar 51% , persentase baik sebesar 47,2% dan persentase cukup sebesar 1,7%.

SIMPULAN

Pembuatan *Motion Graphic* Iklan FlickApp dan Silvi+ sudah berhasil dibuat melalui 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi dengan tujuan sebagai media promosi bagi perusahaan PT Kreigan Sentral Teknologi. *Motion graphic* FlickApp dan Silvi+ berisi informasi sekilas mengenai fitur dan tampilan umum yang ditawarkan oleh masing masing aplikasi dan diiringi oleh *backsound jingle* perusahaan yang telah disediakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Hibah Bersaing Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor dengan nomor kontrak 10225/IT3.S3/KS/2020. PT. Kreigan Sentral Teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algiffari, M. (2015). Perancangan Motion Graphic (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Sketsa*, 2(1), 49–61. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/sketsa/article/view/431/330>
- Desca Refita Putri, Y. (2017). Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi & Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas. *KOPERTIP : Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.32485/kopertip.v1i02.16>
- Fadya, M. (2020). *Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Promosi Pada Campaign “Kado Blanja” di Media Sosial PT. Metraplaza – Blanja.com.* 3(2).

<http://jurnal.kopertipindonesia.or.id/index.php/kopertip/article/view/50>

- Febriansyah, A. (2016). *IMPLEMENTASI MOTION GRAPHICS DENGAN MENGGUNAKAN ADOBE AFFTER EFFECT PADA PEMBUATAN IKLAN RAMONE CAFE*. 4(4).
- Fecher, T. (2017). *Motion Graphics Design Academy - The Basics*. crossfeyer. <https://crossfeyer.com/ebook/>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Philip, K. (1997). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Baha, Vol. 21, Issue 3). PT. Prenhallindo.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat*. ANDI.
- Qonitah, N., Ayu, D., Setiawan, A. E. P., & Nurwullan, E. (2018). *Pembuatan Produk Multimedia Sebagai Media Informasi Dan Dokumentasi Pertanian Di Balai Besar Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*. 8(1), 30–42.
- Riyanto, A. D., & Nurhidayat, D. (2016). Animasi 3D Pada Ya Mgm Muffler Sebagai Media. *Jurnal Pro Bisnis*, 9(2), 58–70.
- Sagala, S. H., Nugraha, I., & Siskandar, S. (2020). *Pembuatan Motion Graphics SOP Produksi Berita sebagai Media Promosi di PT Bintang Advis Multimedia*. *Jurnal Sains Indonesia*. 1(1), 18–25. <http://jurnal.pusatsains.com/index.php/jsi.%0A%0A>
- Sukarno, I. S., & Setiawan, P. (2014). Perancangan Motion Graphic Ilustratif untuk Pemuda-pemudi. *ITB Undergraduate Journal of Visual Art and Design*. <https://docplayer.info/33274256-Perancangan-motion-graphic-ilustratif-mengenai-majapahit-untuk-pemuda-pemudi.html>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (III). CV. Andi Offset. <https://docplayer.info/64242719-Bab-i-pendahuluan-2008-fandy-tjiptono-strategi-pemasaran-edisi-iii-yogyakarta-andi-offset.html>
- Yulianita, N. (2007). *Dasar-dasar public relations* (Issue 235). Pusat PenerbitanUniversitas(LPU) Lembaga Penelitian dan Pengabdian.
- Yunus, M. (2018). Perancangan Iklan Motion Graphic Wisata Tanjung Bira Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Imajinasi*, 2(1), 1–7. <https://ojs.unm.ac.id/imajinasi/article/view/14111/8294>