

# PERANCANGAN MOTION GRAPHIC “LIA PREPARATION COURSE FOR THE IELTS” SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA LB LIA

Muhammad Fatih Bagaskara<sup>1</sup> Syelly Nawilna Imroatus Sholikha<sup>2</sup> Shinta Arafah Hidayanti<sup>3</sup> Amata Fami<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> IPB University

## INFORMASI ARTIKEL

### Sejarah Artikel:

Diterima Redaksi: 30 April 2024

Revisi Akhir: Juni 2024

Diterbitkan Online: Juni 2024

## KATA KUNCI

Video, Animasi, Motion Graphic, Media Promosi

## KORESPONDENSI

Muhammad Fatih Bagaskara

Program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak Sekolah Vokasi, IPB Jawa Barat

Jl. Raya Pajajaran, Kota Bogor, Jawa Barat

16128

Email : mfatihbagaskara@apps.ipb.ac.id

## ABSTRACT

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan, merancang, serta mengimplementasikan media promosi Lembaga Bahasa LIA dalam bentuk video animasi *motion graphic* supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Metodologi penelitian ini menggunakan teknik *research and development* yang digunakan untuk mempromosikan Lembaga Bahasa LIA di pasar pendidikan bahasa. Berdasarkan penelitian ini, peneliti menyatakan bahwa penggunaan video *motion graphic* sebagai media promosi dinilai sangat layak dijadikan sebagai sarana penyampaian informasi perusahaan Lembaga Bahasa LIA di pasar pendidikan bahasa. Dengan demikian, pemanfaatan *motion graphic* dapat menjadi strategi yang relevan dalam promosi lembaga pendidikan bahasa di masa depan, memungkinkan Lembaga Bahasa LIA untuk tetap kompetitif dalam industri pendidikan bahasa.

DOI: <https://doi.org/10.46961/jommit.v8i1> (10 pt)

## 1. PENDAHULUAN

*Motion graphic* merupakan penggabungan potongan elemen-elemen desain berbasis media visual yang nantinya akan disatukan dengan desain grafis, seperti: menggabungkan elemen desain 2D, 3D, animasi, video, ilustrasi, dan musik [1]. Dalam perkembangannya *motion graphic* digunakan untuk membuat sebuah tampilan visual yang kreatif untuk menyampaikan suatu informasi. *Motion graphic* berbentuk animasi dapat dimanfaatkan penggunaannya oleh instansi atau perusahaan untuk menyampaikan informasi yang bersifat meluas seperti iklan masyarakat dan media promosi [2].

Media promosi yang dibuat dalam bentuk *audio visual* dengan menggunakan video animasi *motion graphic* dapat dengan cepat dipahami [3]. Media promosi menggunakan teknik *motion graphic* dengan objek *flat design* dalam sebuah video animasi dinilai efektif dan inovatif sehingga hasilnya memiliki daya tarik visual tersendiri bagi para *audiens* [4].

Lembaga Bahasa LIA sudah melakukan promosi sebagai salah satu upaya untuk memperkenalkan sebagai Lembaga Bahasa

yang profesional serta mampu meningkatkan minat calon peserta didik untuk membantu mempersiapkan studi mereka ke luar negeri. Dalam praktiknya terdapat beberapa jenis media promosi yang telah digunakan oleh Lembaga Bahasa LIA seperti: poster, spanduk, brosur, website dan video. Akan tetapi, Lembaga Bahasa LIA belum mempunyai variasi teknik media promosi yang berbentuk video animasi *motion graphic* yang sesuai dengan target *audiensnya*.

Lembaga Bahasa LIA membutuhkan sebuah inovasi dalam berbentuk video animasi *motion graphic* yang menarik dan modern sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas promosinya. Serta video animasi *motion graphic* diharapkan dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien sehingga dapat memberikan daya tarik visual tersendiri bagi para target *audiensnya*. Selain itu, media promosi ini juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada Lembaga Bahasa LIA.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, penulis berkeinginan untuk membuat video animasi *motion graphic* sebagai salah satu media promosi Lembaga Bahasa LIA yang dapat menarik target

*audiens* untuk melanjutkan pendidikannya di Lembaga Bahasa LIA.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Multimedia

Dalam bahasa latin Istilah multimedia terdiri dari dua kata yaitu “Multi” dan “Media”, istilah multi sering disebut sebagai *nouns* dengan arti banyak, sedangkan media dari bahasa latin medium yang memiliki arti perantara untuk menyampaikan sesuatu menarik. Berdasarkan arti dua gabungan kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa multimedia adalah perpaduan audio, desain grafis, animasi, teks, dan video [3]. Kemudian disimpan ke dalam sebuah penyimpanan digital dengan menggunakan komputer sebagai media perantara dalam menyampaikan suatu informasi atau pesan. Para ahli berpendapat bahwa multimedia merupakan penggabungan dari berbagai jenis media seperti: animasi, teks, audio, grafis, dan video menggunakan komputer sebagai perantara untuk menyampaikan suatu informasi.

### 2.2. Pengembangan Multimedia

Dalam pengembangan multimedia terdapat enam tahapan, yaitu: *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution* [4].

#### 2.2.1. Concept

Konsep tahapan pertama untuk proses pengembangan ide proyek. Tahapan ini membantu dalam membuat rencana dasar yang akan digunakan sebagai landasan untuk langkah-langkah berikutnya. Setelah konsep ditetapkan maka akan dilakukan perancangan pembuatan motion grafis.

#### 2.2.2. Design

Desain menurut terminologi bahasa latin (*desionare*) yang berarti sebuah proses atau hasil dari suatu gagasan awal, rancangan, perencanaan, pola, susunan, terkait rencana proyek untuk hasil yang tepat pada suatu produksi. Tahapan desain ini menjadi konsep perencanaan sebagai analisis kebutuhan untuk menjadi konsep dalam pengembangan multimedia [5].

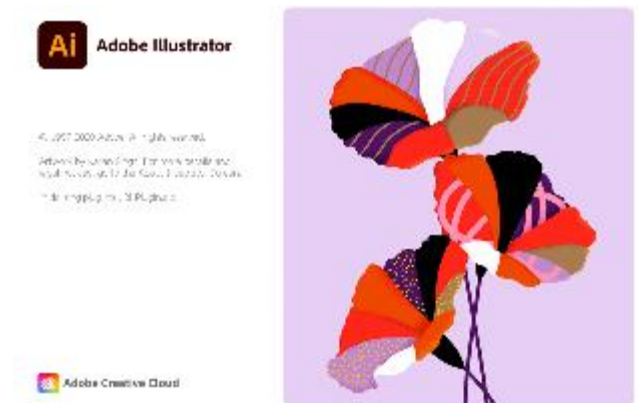
#### 2.2.3. Material Collecting

Dalam tahapan ini, semua bahan dikumpulkan dengan rinci untuk memenuhi kebutuhan pembuatan video animasi *motion graphic*, mulai dari pengumpulan gambar, foto, rancangan sketsa, karakter animasi, narasi, audio seperti musik, *backsound* dan *sound effect* lainnya sehingga dapat melanjutkan pada tahap *assembly*.

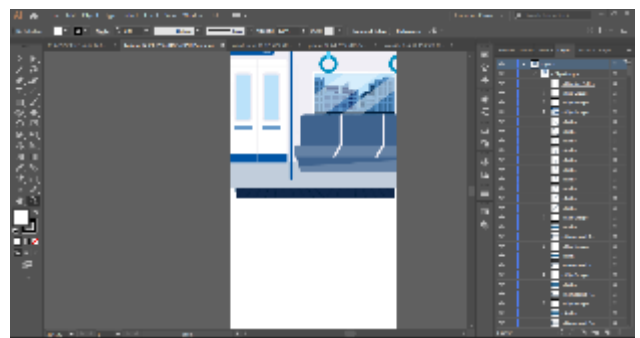
#### 2.2.4. Assembly

Pada tahap ini, semua material yang telah dikumpulkan dibuat dan digabungkan sehingga menjadi sebuah produk dalam bentuk video animasi *motion graphic*. *Storyboard* digunakan sebagai

acuan sketsa ketika proses pembuatan video animasi *motion graphic* untuk menghasilkan produk sesuai dengan konsep dan alur cerita yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Proses *assembly* ini biasanya menggunakan penggunaan perangkat lunak pengkodean seperti Adobe Illustrator dan Adobe After Effect untuk memaksimalkan hasil desain dan pembuatan video animasi *motion graphics*.



Gambar 1. Adobe Illustrator



Gambar 2. Proses Pembuatan Vektor pada Adobe Illustrator

Adobe Illustrator merupakan salah satu software yang digunakan dalam pembuatan desain berbentuk sehingga bisa mengontrol dan mengubah bentuk secara mikro dan makro tanpa kehilangan resolusi dari kualitas gambar. Gambar vektor diartikan sebagai garis bersegmen dan dikendalikan oleh *anchor point*. Selain itu, vektor memiliki sifat *scalable* sehingga kita dapat mengekspor gambar vektor dengan berbagai ukuran tanpa harus khawatir gambar mengalami penurunan kualitas [6]



Gambar 2. Adobe After Effect

Dalam pembuatan *motion graphic* ini. Adobe After Effect digunakan sebagai software untuk membuat animasi yang dapat digerakan sesuai dengan rancangan *storyboard*.

**2.2.5. Testing**

Pada tahap pengujian ini, peneliti menampilkan sebuah karya berupa video animasi *motion graphic* yang telah dibuat serta ditujukan kepada Lembaga Bahasa LIA sebagai klien (*alpha test*). Selanjutnya, Untuk memastikan bahwa gerakan-gerakan video sesuai dengan tujuan promosi dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan, proses pembuatan gerakan-gerakan video biasanya melibatkan beberapa tahapan pemeriksaan atau revisi (*beta test*).

**2.2.6. Distribution**

Setelah produk video animasi *motion graphic* layak diuji, selanjutnya tahap distribusi. Produk yang telah selesai dibuat kemudian disimpan pada media penyimpanan. Pada tahapan ini, sudah mulai dipublikasikan kepada seluruh *audiens*. Tahapan ini produk yang berupa video animasi *motion graphic* biasanya merupakan titik dimana para *audiens* dapat memberikan umpan balik untuk menuju tahapan konsep produk yang berikutnya.

**2.3. Konsep Visual**

Konsep visual mengacu pada penggunaan elemen visual, seperti warna, bentuk, garis, tekstur, dan komposisi, untuk membuat tampilan atau representasi yang mengkomunikasikan ide atau pesan tertentu. Konsep ini sangat penting untuk desain grafis, seni rupa, desain web, desain interior, dan banyak bidang kreatif lainnya, karena membantu menyusun elemen visual secara harmonis dan efektif untuk mencapai tujuan tertentu.

**2.4. Media Promosi**

Media promosi merupakan sarana strategi yang dapat digunakan untuk mengenalkan atau mempromosi suatu produk kepada target *audiens*. Terdapat beberapa jenis media promosi yang berkembang pada saat ini untuk mengenali, memiliki, dan melekat pada suatu produk, jasa, citra atau perusahaan, seperti: brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, iklan di koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, stiker, dan lain sebagainya [7]. Konsumen menilai bahwa media digital dinilai lebih menarik untuk dijadikan sebagai media promosi dibandingkan dengan media cetak. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan hasil uji efektivitas kepada responden memperoleh hasil sebesar 82,82% untuk media digital dengan kategori “sangat efektif” dan sebesar 65,02% untuk media cetak dengan kategori “efektif” [3]. Berdasarkan data survei Susenas tahun 2022 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik terdapat peningkatan data sebesar 4,32% masyarakat ketika mengakses internet. Peningkatan data tersebut mencerminkan keterbukaan masyarakat dalam menerima informasi dan perkembangan teknologi. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia akan merubah pola hidup

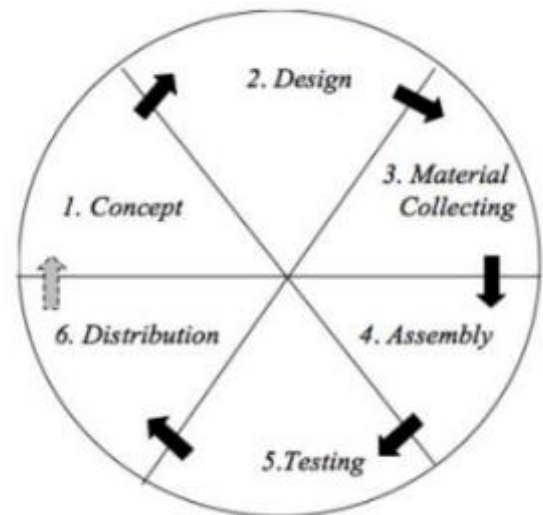
masyarakat karena tidak terlepas dari telepon seluler sebesar 2,01% dari tahun 2021-2022. [10]

**2.5. Motion Graphic**

*Motion graphic* merupakan sebuah istilah yang sering digunakan pada jenis video animasi yang lebih spesifik dalam penggunaan karakternya. Jenis animasi ini merupakan sebuah penghubung antara animasi dengan *graphic design*. Biasanya *Motion graphic* mempunyai tujuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada *audiens* melalui animasi teks maupun animasi grafis [8]. Pada umumnya *motion graphic* adalah jenis desain multimedia yang menggabungkan elemen visual seperti teks, grafik, animasi, dan efek visual untuk menghasilkan komunikasi yang dinamis dan bergerak dengan pergerakan, transisi, dan perubahan visual yang menarik. Selain itu, bisa digunakan sebagai media Iklan, promosi, film, presentasi, situs web, dan lain sebagainya.

**3. KONSEP PERANCANGAN**

Pada penelitian ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* untuk merancang *motion graphic* “*LIA Preparation Course for the IELTS*”. Metode ini sendiri terdapat enam proses yang harus dilewati seperti gambar dibawah :



Gambar 3. .Proses MDLC, Mustaghfaroh (2021)

Pada gambar di atas proses pertama adalah *concept* yaitu pembuatan rancangan dasar pada proses pengembangan berupa ide dan gagasan yang akan dijadikan sebagai acuan pada tahap berikutnya. Peneliti membuat konsep yang sesuai dengan fokus target *audience* agar lebih mudah memahami *motion graphic* yang telah dibuat.

Selanjutnya proses kedua adalah *design* yaitu membuat spesifikasi mengenai warna dan suasana konsep, *storyboard*, pemilihan *tipografi*, dan pemilihan audio. Tahap ini dilakukan untuk mentransformasikan ide dan konsep pada tahap sebelumnya menjadi gambaran visual yang dapat dilihat oleh mata kita.

Kemudian pada proses ketiga yaitu *material collecting* dilakukan tahapan pengumpulan referensi visual berupa tulisan, gambar, maupun audio yang telah tergambarkan pada tahap sebelumnya. Dalam proses ini peneliti memastikan bahwa setiap bahan yang dikumpulkan berfungsi untuk mendukung pelaksanaan ide dan konsep yang telah ditetapkan pada tahap pertama.

Pada proses keempat yaitu *assembly* dilakukan proses penggabungan bahan-bahan yang sebelumnya telah dikumpulkan. Tahapan ini merupakan proses pengolahan bahan referensi visual menjadi sebuah produk animasi *motion graphic* sesuai dengan konsep yang telah dibuat.

Proses kelima adalah testing yaitu pengujian produk animasi *motion graphic* sebagai media promosi pada Lembaga Bahasa LIA. Tahapan ini menguji ukuran kelayakan produk dengan metode *Research and Development* [9].

Proses terakhir adalah distribution yaitu tahapan publikasi produk animasi *motion graphic* setelah dinyatakan lulus dalam uji kelayakan pada tahap sebelumnya. Produk dapat dipublikasi pada *platform* yang telah disesuaikan dengan target *audience*.

### 3.1 Metode Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi pada Lembaga Bahasa LIA yang berada di kota Bogor. Metode yang digunakan yaitu, penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) supaya dapat memenuhi standar kualitas pengembangan video animasi *motion graphic* sebagai media promosi. Bahwa metode *Research and Development* merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk tertentu serta dapat menguji apakah produk tersebut efektif untuk digunakan [4].

### 3.2. Prosedur Pengembangan

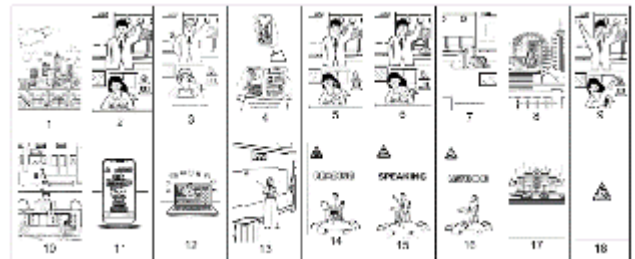
Penelitian ini menggunakan prosedur pengembangan *multimedia* yang dikemukakan oleh Luther. Prosedur pengembangan multimedia tersebut terdiri dari enam tahapan yaitu: pengonsepan (*concept*), proses desain (*design*), pengumpulan materi (*material collecting*), pembuatan (*assembly*), pengujian (*testing*) dan pendistribusian (*distribution*) [4].

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Concept

Konsep merupakan bagian paling awal dari tahap pra produksi. Tahapan ini mendorong peneliti untuk menemukan ide menarik yang membutuhkan kreativitas serta inovasi untuk membuat sebuah konsep alur cerita yang utuh (*storyline*). Lembaga Bahasa LIA melalui promosi menggunakan video animasi *motion graphic* ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk menunjukkan *brand* dan harapannya dapat menjangkau lebih banyak lagi *audiens* dipasar pendidikan bahasa. Dari *storyboard* dan *storyline* yang telah dibuat dikembangkan sehingga menjadi sebuah naskah atau narasi cerita yang utuh, yaitu sebagai berikut: “Di tengah kehidupan yang serba cepat dan penuh dengan persaingan global. Banyak orang yang merasa bahwa melanjutkan karir dan pendidikan ke luar negeri dapat memberikan peluang dan pengalaman yang lebih baik. Penguasaan bahasa inggris menjadi bekal utama dalam memulai perjalanan tersebut. Dengan berlatih secara konsisten dan sungguh-sungguh. Segala terjal dan lika-liku perjalanan akan

terasa mudah. Namun, berlatih secara mandiri saja tidak cukup. Ikutilah kursus yang tepat untuk mempersiapkan diri secara efektif, mendapatkan pembimbing yang terarah, dukungan dari kelompok dengan tujuan sama, dan informasi yang akurat. *LIA Preparation Course for the IELTS*. Mengasah kemampuan peserta tes dalam menganalisa soal, sehingga mampu memprediksi jawaban dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi tes IELTS. Dengan begitu impian dan cita-cita di masa depan dapat terpenuhi dan diwujudkan. Mari tumbuh bersama LIA.”



Gambar 2. Storyboard Motion Graphic

### 4.2. Design

Pada tahap ini peneliti membuat spesifikasi mengenai persiapan kebutuhan implementasi *motion graphic*. Peneliti mengubah ide dan konsep pada tahap sebelumnya menjadi sebuah gambaran yang dapat diproses secara visual. Konsep visualisasi yang digunakan pada *motion graphic* ini yaitu menggunakan gambar kartun yang sederhana dengan pemilihan warna solid, sedikit bergradasi, dan tanpa disertai *outline*.

Pemilihan *tipografi* atau jenis huruf yang akan digunakan juga tidak kalah penting. Pemilihan jenis huruf harus tepat sehingga dapat selaras dan bersinergi dengan desain animasi yang tujuannya supaya estetika dari video ini tetap terjaga. Pada *motion graphic* ini kami memilih menggunakan jenis font sans-serif yaitu nunito. Font tersebut merupakan salah satu *tipografi* yang mempunyai tipe huruf tegas, sehingga dapat diterima oleh segala golongan. Diharapkan pesan yang berada di dalam video animasi berbasis *motion graphic* tersebut mudah dipahami dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh *audiens*. Warna identitas brand dari Lembaga Bahasa LIA yaitu biru dan oranye dipilih sebagai warna dominan yang digunakan di dalam pembuatan video animasi berbasis *motion graphic*. Warna lain yang terdapat pada bagian video hanya sebagai pelengkap agar tidak monoton, serta memberikan kesan hidup pada media video untuk menarik perhatian *audiens*.







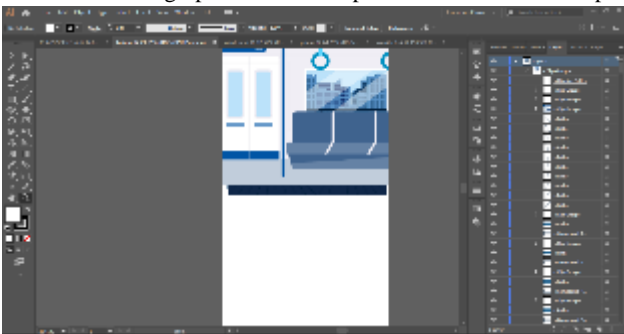
Gambar 3. Referensi Visual *Motion Graphic*

**4.3. Material Collecting**

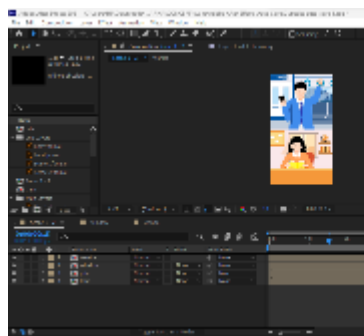
Dalam proses ini peneliti mengumpulkan bahan yang telah dipersiapkan sebelumnya, kemudian mengolahnya menjadi sebuah video animasi *motion graphic*. Bahan yang dikumpulkan berupa gambar, referensi visual, *background*, dan narasi dalam format audio (voice over).

**4.4. Assembly**

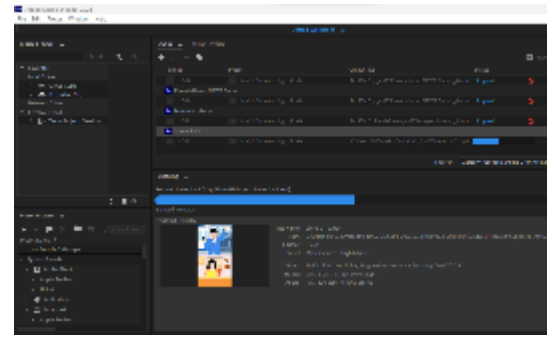
Pada bagian ini, aset berupa bahan yang telah dikumpulkan akan disusun dan dianimasikan dengan *software* Adobe Illustrator, After Effect, dan Media Encoder. Satu persatu pada setiap bagian digerakkan atau dianimasikan lalu di render pada setiap scene. Selanjutnya, setiap bagian dari scene digabungkan dengan menambahkan bahan tambahan seperti voice over, suara latar, efek suara khusus, dan efek transisi saat scene bergerak. Setelah langkah-langkah ini selesai, video animasi *motion graphic* akan diekspor ke dalam format mp4.



Gambar 4. Penggunaan Adobe Illustrator



Gambar 5. Penggunaan Adobe After Effects



Gambar 5. Penggunaan Adobe Media Encoder

**4.5. Testing**

Dalam tahapan ini penulis telah membuat video animasi sesuai yang dengan rangkaian atau proses pengembangan multimedia. Pengujian produk dilakukan dengan metode kuantitatif yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada target audience dengan menjawab beberapa pernyataan yang telah peneliti susun. Data jawaban yang diolah berupa skala likert 1-5 yang memiliki makna  
 1 = Sangat tidak setuju  
 2 = Tidak setuju  
 3 = Cukup  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat setuju  
 Berikut adalah daftar kumpulan pertanyaan dan jawaban dari responden dalam menjawab kuesioner yang telah disebarkan.

| No | Pernyataan  | Hasil |   |   |    |    | Total |
|----|---|-------|---|---|----|----|-------|
|    |   | 1     | 2 | 3 | 4  | 5  |       |
| 1  | Media promosi menggunakan video motion graphics sangat berpengaruh untuk memberikan informasi | 0     | 0 | 8 | 11 | 16 | 35    |
| 2  | Media promosi menggunakan video motion graphics sangat layak untuk memberikan informasi       | 0     | 0 | 5 | 15 | 15 | 35    |
| 3  | Video motion graphic sangat menarik sebagai media promosi                                     | 0     | 0 | 7 | 12 | 16 | 35    |
| 4  | Pesan yang ingin disampaikan pada   | 0     | 0 | 4 | 18 | 13 | 35    |

|       |   |   |   |    |    |    |     |
|-------|---|---|---|----|----|----|-----|
|       | motion graphic dapat diterima dengan mudah  |   |   |    |    |    |     |
| 5     | Motion graphic ini membuat saya berminat untuk mencari info lebih lanjut mengenai course yang ada | 0 | 0 | 10 | 13 | 12 | 35  |
| Total |   | 0 | 0 | 34 | 69 | 72 | 175 |

Berdasarkan hasil dari skor skala likert maka didapatkan persentase sebagai berikut:

Jawaban 1 dan 2

$$\frac{0}{35 \times 5} \times 100\% = 0\%$$

Jawaban 3

$$\frac{34}{35 \times 5} \times 100\% = 19,4\%$$

Jawaban 4

$$\frac{69}{35 \times 5} \times 100\% = 39,4\%$$

Jawaban 5







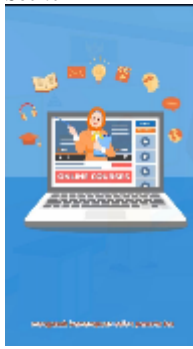

$$\frac{72}{35 \times 5} \times 100\% = 41,2\%$$





Hasil analisis pengujian di atas menggunakan skala likert yaitu: sebesar 19,4% memilih cukup, sebesar 39,4% memilih setuju, dan sebesar 41,2% memilih sangat setuju terhadap pernyataan pada kuesioner. Oleh karena itu, video animasi *motion graphic* tersebut dinyatakan sangat layak untuk dijadikan sebagai media promosi sehingga dapat diimplementasikan kepada para *audiens*.

Tabel 1. Gambar dan Deskripsi setiap Scene dalam Motion Graphics

| No. | Gambar Scene  | Deskripsi Scene  |
|-----|---|--|
| 1.  |  | Pada <i>scene</i> ini digunakan untuk menampilkan introduction bahwa saat ini teknologi semakin canggih sehingga memicu persaingan global. |

|    |  |   |
|----|--|---|
| 2. |    | Dalam <i>scene</i> ini, terdapat dua karakter dengan latar belakang berbeda yang disajikan dalam dua frame dengan waktu yang sama (malam hari). Pada <i>frame</i> atas, terdapat karakter pria di dalam kereta api yang baru saja pulang dari pekerjaannya, dan pada <i>frame</i> bawah terdapat karakter wanita (pelajar) yang sedang duduk di meja belajar di dalam kamarnya. |
| 3. |    | Pada <i>scene</i> 3, karakter lelaki sedang memainkan ponselnya sembari berpegangan erat pada pegangan kereta api, sedangkan karakter perempuan sibuk membuat sebuah <i>dream book</i> miliknya.  |
| 4. |   | Pada <i>scene</i> 4, terlihat layar ponsel tokoh lelaki pada bagian atas <i>frame</i> dan salah satu halaman dari <i>dream book</i> tokoh perempuan pada <i>frame</i> bagian bawah. Keduanya (layar ponsel dan lembar foto pada <i>dream book</i> ) menunjukkan foto kota London, Inggris, tempat impian mereka untuk melanjutkan studi dan karir.                              |
| 5. |  | Pada <i>scene</i> 5, kedua karakter kelelahan setelah melakukan aktivitasnya, kemudian masing-masing karakter pun tertidur (karakter lelaki di dalam kereta dan karakter perempuan di dalam kamarnya).  |
| 6. |  | Pada <i>scene</i> 6, muncul ilustrasi serupa awan yang mewakili perumpamaan bahwa kedua karakter telah masuk ke alam mimpi.   |

|     |   |   |
|-----|---|---|
|     |                        |   |
| 7.  | <i>Scene 7</i><br>     | Di dalam ilustrasi awan tersebut, menampilkan mimpi mereka untuk ke pergi luar negeri yang kedua karakter pandangi pada scene 4.  |
| 8.  | <i>Scene 8</i><br>    | <i>Scene 8</i> menampilkan pemandangan di luar negeri. Adegan ini melambangkan bahwa kedua karakter sudah berada di alam mimpi mereka.  |
| 9.  | <i>Scene 9</i><br>   | <i>Scene</i> selanjutnya, mereka akhirnya kembali terbangun dari tidur dan memutuskan untuk melanjutkan hari mereka.  |
| 10. | <i>Scene 10</i>   | Pada <i>scene 10</i> , nampak karakter lelaki (frame atas) telah keluar dari kereta dan berjalan menelusuri stasiun, sedangkan karakter perempuan (frame bawah) sedang menunggu bus pada halte. Di sana, masing-masing dari mereka menemukan selembar kertas yang ternyata  |
|     |                       | merupakan brosur dari program <i>Preparation Course for the IELTS</i> oleh Lembaga Bahasa LIA.  |
| 11. | <i>Scene 11</i><br>   | Pada <i>scene 11</i> , layar terisi penuh dengan tulisan " <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i> " yang juga merupakan isi dari brosur yang sebelumnya diambil oleh kedua karakter. Kemudian berubah menjadi brosur <i>online</i> dengan diberikan frame handphone.   |
| 12. | <i>Scene 12</i><br>  | Tampilan handphone pada <i>scene</i> sebelumnya akan berganti menjadi ilustrasi laptop yang terbuka tersebut menampilkan seorang pengajar <i>course online</i> . Fungsi laptop ini dimaksudkan sebagai transisi antar <i>scene</i> penjelasan <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i> dengan <i>scene</i> selanjutnya.            |
| 13. | <i>Scene 13</i><br> | Pada <i>scene 13</i> , Ditampilkan sebuah ruang kelas yang diambil dari sudut atas ruangan (posisi kamera menyerupai CCTV). Ruang kelas tersebut berisi beberapa murid dan seorang pengajar yang sedang melaksanakan kegiatan pembelajaran. Formasi tempat duduk dibuat menyerupai huruf 'U' sesuai dengan ruang kelas LIA yang asli. |

|     |   |   |
|-----|---|---|
| 14. | <p>Scene 14</p>    | <p>Scene 14 ini, menampilkan seorang laki-laki yang sedang melangsungkan latihan reading, sebagai bagian kegiatan dari <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i>.</p>   |
| 15. | <p>Scene 15</p>    | <p>Scene 15 menampilkan seorang laki-laki yang sedang melangsungkan latihan <i>speaking</i>, sebagai bagian kegiatan dari <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i>.</p>  |
| 16. | <p>Scene 16</p>   | <p>Scene 16 menampilkan seorang perempuan yang sedang melangsungkan latihan <i>listening</i>, sebagai bagian kegiatan dari <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i>.</p>   |
| 17. | <p>Scene 17</p>  | <p>Scene selanjutnya menampilkan sebuah bangunan yang merupakan tempat pelaksanaan kursus <i>LIA Preparation Course for the IELTS</i> yang akan digunakan untuk transisi ke <i>scene</i> terakhir (<i>outro</i>).</p> |
| 18. | <p>Scene 18</p>   | <p>Untuk <i>scene</i> terakhir, akan ditampilkan <i>outro</i> berupa logo dari LIA yang akan diambil dari hasil <i>outro</i> buatan tim lain.</p>   |



#### 4.6. Distribution

Setelah melewati tahapan pengujian produk tersebut layak untuk dipublikasikan oleh Lembaga Bahasa LIA. Pada pelaksanaan proses tersebut memanfaatkan format video mp4 saat distribusikan secara *online* melalui media sosial whatsapp dan instagram. Selain itu, media promosi yang tepat dan evaluasi kinerja juga menjadi bagian integral dalam tahapan distribusi ini.

### 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembuatan *motion graphic* “*Lia Preparation Course for The IELTS*” pada LB LIA, penulis dapat menyimpulkan bahwa *motion graphic* mampu menjadi media promosi di era perkembangan teknologi digital sesuai temuan data dari hasil penelitian. Dalam menyelesaikan proyek *motion graphic*, penggunaan aplikasi Adobe After Effects, Adobe Illustrator, dan Adobe Media Encoder terbukti dapat membantu penulis sehingga kombinasi ketiganya memberikan alat yang efektif untuk merancang, menganimasikan, dan menghasilkan karya *motion graphic* untuk menarik perhatian *audiens* dibandingkan dengan media cetak.



**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Y. D. R. Putri, "Pembuatan Motion Graphics sebagai Media Sosialisasi dan Promosi untuk Aplikasi Mobile Trading Online Mandiri Sekuritas" KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer, Vol. 01, No. 02, pp. 85-92, 2017.
- [2] M. R. Nurmansyah, I. A. Ratnamulyani, A. A Kusumadinata, "Hubungan Motion Graphic Sebagai Konten Promosi Sekolah di Media Sosial," Communications Vol. 1 No. 2, doi : doi.org/10.21009/Communications.1.2.4.
- [3] H. Mursalina, P. W. Yunanto, V. Oktaviani, "Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi," Jurnal PINTER vol 3. No.2, doi:/10.21009/pinter.3.2.7, 2019.
- [4] M. Rizal, B. Butsiarah, and M. A. Pahany, "Perancangan Animasi Motion graphic Sebagai Media Promosi Stmik Akba," J. Inf. Syst. Manag., vol. 3, no. 2, pp. 36-43, 2021, doi: 10.24076/joism.2021v3i2.514.
- [5] S. A. Nugroho, D Rudjiono, F. rahmadhika, "PERANCANGAN IDENTITAS PERUSAHAAN DALAM BENTUK STATIONERY DESAIN DI RUMAH KREASI GRAFIKA," JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS, Vol.14, No.1, Juli 2021, pp. 48 - 57
- [6] F. Novitasari, Y. Djahir, S. Fatimah, "PENGARUH MEDIA ADOBE ILLUSTRATOR TERHADAP HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK PADA MATA PELAJARAN EKONOMI DI SMA SRIJAYA NEGARA" Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, Vol.2, No. 1, 59-67, 2015.
- [7] N. Amaliah, A. Y. A. Fianto, S. P. Yosep, "PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT PETRONIKA SEBAGAI UPAYA PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN" JUNO: JURNAL ART NOUVEAU JURNAL SENI DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL, Vol 4, No 1, 2015.
- [8] J. Aziz, "PERANCANGAN MOTION GRAPHICS SEBAGAI SARANA EDUKASI ASTRONOMI DI INDONESIA" JURNAL TUGAS AKHIR INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA, 1-34, 2020.
- [9] H. Sugiarto, "Penerapan Multimedia Development Life Cycle Pada Aplikasi Pengenalan Abjad Dan Angka" IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology), Vol.3 No.1, pp. 26-31, 2018.
- [10] N. J. P. Atmaja, "PENGEMBANGAN APLIKASI MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF 3D TATA SURYA MENGGUNAKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY DENGAN ANDROID" Seminar Nasional Sains dan Teknologi Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta, 1-12, 2018.
- [11] Badan Pusat Statistik, "Statistik Telekomunikasi Indonesia", 2022, [Online], Available: <https://www.bps.go.id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>,
- [12] K. H. Mustaghfaroh, F. N. Putra, R. S. A. Ananingtyas, "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan MDLC Untuk Materi Benda dan Perubahan Sifatnya". JACIS : Journal Automation Computer Information System, Vol.1, No.2, pp. 100-109, 2021.
- [13] B. S. Lubis, S. P. Sari, E. F. S. Siregar, I. H. Barubara, "Pemanfaatan Adobe Illustrator (AI) Sebagai Aplikasi Desain Bahan Ajar Berbasis Komik" Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 6, No. 4, 624 – 635, 2022.
- [14] A. H. Azhar, R. A Destari , B. S. Riza, "Pelatihan Pemanfaatan Adobe After Effect Dalam Pembuatan Iklan," JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol. 2, No. 1, Juni 2021 43
- [15] R. D. Saputra, S. C. Wibawa, "STUDI LITERATUR PENGEMBANGAN MOTION GRAPHIC VIDEO SEBAGAI TREN MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR", IT-Edu : Jurnal Information Technology and Education, 5(01), 371-379, 2021.