

PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PELATIHAN UNTUK TENAGA PEMASAR DI PT MARSIT BANGUN SEJAHTERA

MOTION GRAPHIC DESIGN AS TRAINING MEDIA FOR MARKETERS AT PT MARSIT BANGUN SEJAHTERA

Andhika Novianto¹, Zaini Ramdhan², Muhammad Iskandar³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257*
andhikanovi@student.telkomuniversity.ac.id, zainir@telkomuniversity.ac.id, miskandar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: PT Marsit Bangun Sejahtera adalah perusahaan yang melakukan pemasaran dari produk perbankan. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan ini bergantung pada kualitas sumber daya manusia terutama para tenaga pemasarnya. Keberhasilan seorang tenaga pemasar dilihat dari hasil pencapaian penjualannya setiap bulan, faktor yang mempengaruhi dapat berupa pemahaman tenaga pemasar tersebut akan *sales process* dan motivasi dari diri sendiri. Namun sayangnya masih ada beberapa yang belum memahami *sales process* yang menyebabkan menurunnya pencapaian dan berdampak pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah media pembelajaran berbentuk video animasi *motion graphic*. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk perancangan ini adalah dengan teknik observasi, wawancara, dan studi pustaka. Objek sasaran penelitian ini adalah seluruh tenaga pemasar PT Marsit Bangun Sejahtera berusia 23-35 tahun di seluruh Indonesia.

Kata kunci: *motion graphic*, media pembelajaran, tenaga pemasar

Abstract: *PT Marsit Bangun Sejahtera is a company that sell banking products. In running its business, the company relies on the quality of its human resources, especially its marketers. The success of a marketer can be seen from the results of their*

sales achievement every month, the influencing factors can be in the form of the marketer's understanding of the sales process and self-motivation. But unfortunately, there are still some who do not understand the sales process, which causes a decline in achievement and has an impact on the company. This study aims to design a learning media in the form of animated motion graphic videos. The method used in collecting data for this design is the technique of observation, interviews, and literature study. The target object of this research is all marketers of PT Marsit Bangun Sejahtera aged 23-35 years throughout Indonesia .

Keywords: *motion graphics, learning media, marketers*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang serba digital ini, berkembangnya ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi dengan cepat berpengaruh terhadap seluruh bidang seperti sosial, politik, ekonomi, budaya dan sebagainya. Di bidang ekonomi, hal ini memperketat persaingan antar bisnis, ditambah dengan adanya perdagangan bebas dimana tidak adanya hambatan dalam transaksi barang dan jasa antar negara. Kondisi ini mengharuskan dunia usaha untuk terus beradaptasi dengan perubahan yang ada agar keberlangsungannya tetap terjaga. Perubahan ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan pemasarannya, serta memberikan akses sumber daya yang lebih luas dan relatif lebih mudah.

Demikian pula dalam bisnis perbankan, perkembangan teknologi dan informasi dapat memberikan dampak bagi perusahaan. Perubahan ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan sistem yang ada sehingga mempermudah dan mempercepat proses serta dapat melakukan inovasi untuk menciptakan media pemasaran bagi konsumen maupun tenaga pemasar.

Pasar yang dimasuki oleh PT Marsit dalam memasarkan produk perbankan adalah pasar bisnis yang mana termasuk dalam kategori pemasaran bisnis (*business marketing*). Pasar bisnis terdiri dari sebuah organisasi yang memperoleh barang atau

jasa yang digunakan dalam produksi sebuah produk yang kemudian dijual, disewakan, atau dipasok kembali ke pihak lain (Kotler dan Keller, 2012). Metode personal selling atau yang sering dikenal sebagai face-to-face selling merupakan metode yang sering digunakan dalam pasar bisnis dibandingkan dengan pasar konsumen karena jumlah calon pelanggan relatif lebih kecil dan pembelian yang besar (Hutt dan Speh, 2010).

Dalam melakukan bisnisnya, perusahaan yang berorientasi target ini mengerahkan tim HRD untuk merekrut tenaga pemasar sebanyak-sebanyaknya guna mencapai target penjualan. Saat ini per Desember 2021 tenaga pemasar PT Marsit yang aktif berjumlah 897 orang. Namun permasalahannya terdapat pada tingginya rate turnover karyawan yang berada di 57%, data menunjukkan di 2021 sebanyak 576 orang sudah keluar hal ini tentunya berpengaruh pada performa perusahaan dimana timbulnya kerugian finansial, produktivitas menurun, hingga turunnya keuntungan perusahaan.

Adapun metode pelatihan yang dilakukan PT Marsit merupakan metode On The Job Training. Dengan teknik *coaching*, dimana seorang yang berpengalaman memberikan saran teknis spesifik kepada orang lainnya. Kelebihan dari sistem ini adalah adanya perhatian yang lebih besar dari karyawan yang dilatih dan tingginya tanggung jawab seorang instruktur karena keterlibatannya dalam pembimbingan itu, namun teknik ini dapat diterapkan secara efektif jika jumlah karyawan yang dilatih relatif sedikit dan sudah mempunyai pengetahuan dasar terlebih dahulu (Sukrispiyanto, 2020). PT Marsit yang saat ini hanya memiliki satu orang pelatih dapat menjadi salah satu faktor mengapa terjadinya penurunan performa karyawan karena terlalu banyaknya tanggung jawab pelatih untuk memantau seluruh perkembangan karyawan.

Berkembangnya teknologi dalam bidang edukasi saat ini mempermudah banyak orang dalam mengakses sebuah pembelajaran melalui berbagai macam

media. Metode *audio visual* yang merupakan salah satu teknik *off the job training* adalah teknik yang melibatkan indra pendengaran dan penglihatan dari peserta pelatihan (Suparyadi, 2015). Pembelajaran teori yang cenderung membosankan dibandingkan pembelajaran praktek kini disajikan dengan cara yang menarik dan kreatif sehingga dapat menarik perhatian. Media pembelajaran dapat

Melihat dari permasalahan tersebut maka perlu adanya sebuah media pelatihan untuk memberikan edukasi kepada tenaga pemasar PT Marsit guna menambah wawasan karyawan mengenai materi perusahaan yang dapat membantu kinerja mereka. Infografis adalah pengembangan visualisasi data dan desain informasi yang cepat dikonsumsi dan mudah dipahami audiens. Infografis memiliki berbagai jenis yaitu infografis statis, gerak, dan interaktif. Infografis gerak sering juga disebut sebagai *motion graphic* (Smickilas, 2012). *Motion graphic* menggabungkan prinsip grafis dan animasi yang akan membentuk informasi yang efektif, efisien, dan jelas menyampaikan maknanya (Kranser, 2008).

Maka dari itu *Motion Graphic* adalah media yang cocok untuk dijadikan media pelatihan kepada tenaga pemasar PT Marsit, karena *Motion Graphic* menggunakan Audio dan Visual dalam menyampaikan sebuah informasi sehingga sangat mudah untuk dipahami oleh manusia

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2013:16) metode penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mencari dan memahami makna individu atau kelompok sebagai masalah sosial atau manusia. Strategi yang dipakai adalah studi kasus dimana strategi ini peneliti dapat melakukan pencarian data dan mengumpulkan informasi menggunakan berbagai prosedur

pengambilan data berdasar waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2013). Pertama adalah observasi yang merupakan aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah maupun tujuan lain. Observasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Observasi langsung dilakukan dengan mengikuti sesi pelatihan layaknya tenaga pemasar baru di PT Marsit untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai materi yang akan dijadikan karya. Observasi tidak langsung dilakukan dengan menganalisis karya visual sejenis. Kedua adalah metode wawancara yang merupakan sebuah proses penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan narasumber mengenai sebuah peristiwa yang terjadi saat ini atau di masa lampau tidak bisa diamati langsung oleh peneliti. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur yang dilakukan kepada ahli/narasumber sebagai salah satu instrument penting dalam arah perancangan. Narasumber dalam perancangan ini merupakan Trainer di PT Marst sebagai orang yang memahami materi pelatihan. Yang terakhir adalah studi pustaka yang merupakan kegiatan pengumpulann informasi dengan menggabungkan teori-teori yang sudah ada untuk membuat teori-teori baru. Studi pustaka diperoleh dengan mencari teori-teori dari buku buku, jurnal, artikel internet dan dokumen yang berkaitan dengan topik permasalahan terkait dan latar belakang perancangan.

LANDASAN TEORI

Media Pembelajaran Visual

Pengertian media pembelajaran visual menurut pendapat Tyas (Tyas, 2017) mengatakan Media pembelajaran adalah sarana pendidikan yang dapat digunakan sebagai perantara dalam proses pembelajaran untuk mempertinggi efektifitas dan

efisiensi dalam mencapai tujuan pengajaran. Menurut Miarso (Agustina, 2015), media yang dirancang dengan baik dalam batas tertentu dapat merangsang timbulnya semacam dialog internal dalam diri siswa yang belajar. Dengan perkataan lain terjadinya komunikasi antara pelajar dengan media atau secara tidak langsung antara pelajar dengan sumber pesan. Media berhasil membawakan pesan bila terjadi perubahan kualitas atau pemahaman dalam diri pelajar.

Media pembelajaran ini dapat berupa alat, metode, dan teknik yang digunakan dalam rangka mengoptimalan komunikasi dan interaksi antara pengajar dan pembelajar dalam proses pembelajaran. Jenis media yang lazim dipergunakan dalam pembelajaran antara lain: media nonproyeksi, media proyeksi, media audio, media gerak, media komputer, komputer multimedia, hipermedia, dan media jarak jauh. Jenis media yang lazim dipergunakan dalam pembelajaran antara lain: media nonproyeksi, media proyeksi, media audio, media gerak, media komputer, komputer multimedia, hipermedia, dan media jarak jauh (Hamalik, 2010). Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran visual adalah alat bantu yang bertujuan untuk menampilkan tampilan nyata dari fenomena-fenomena yang dipelajari oleh pengajar dalam proses pembelajaran.

Sales

Pengertian *Sales* atau penjualan dalam Bagasa Indonesia menurut Kamus Besar Bahasa Indoneia adalah sebuah proses, cara, atau perbuatan menjual. Sihite (1996) menyebutkan bahwa "*Sales adalah Merchandise (Something to be sold) plus Service*" yang berarti dalam sebuah penjualan terdapat objek yang dijual serta pelayanannya.

Kegiatan penjualan merupakan pelengkap dari kegiatan pembelian untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Kedua kegiatan ini terdiri dari serangkaian

kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini, penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti sehingga dapat dilaksanakannya rencana penjualan sesuai ketetapan yang ada (Assauri, Sofjan, 2011)

Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang bertujuan untuk mempelajari kosep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (Wahyuningsih, 2015). Ada beberapa unsur desain komunikasi visual sebagai berikut:

Titik

Titik merupakan komponen desain grafis paling dasar yang memberikan nuansa komunikasi yang berarti dalam sebuah desain. Potensi titik yaitu dapat membentuk sebuah makna, mengekspresikan nilai statis dan emosi, dan dapat berperan sebagai pemberian aksen

Garis

Garis merupakan unsur yang selalu ada di setiap desain. Ciri dari sebuah garis ialah terdapat arah serta dimensi memanjang yang dapat dilakukan secara lurus, lengkung, gelombang, zig-zag, dan lainnya

Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang memiliki dimensi panjang dan lebar, bidang terbentuk dengan adanya susunan titik maupun garis dalam kepadatan tertentu dan dari garis perpotongan satu garis atau lebih

Ruang

Ruang terbentuk karena adanya bidang, fungsinya sendiri ialah untuk memisahkan atau mengelompokkan informasi di dalam layout design. Unsur ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan semu

Warna

Warna secara fisik merupakan sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis adalah bagian dari pengalaman indera penglihatan. Warna dapat mewakili emosi. Respon seseorang terhadap warna dapat menentukan bagaimana informasi diterima, hal ini dapat timbul karena ada kombinasi warna seperti gelap dan terang, pucat atau cerah, dan hangat atau dingin.

Tekstur

Tekstur adalah representasi sifat dari suatu permukaan yang tampak sebagaimana adanya atau hasil pengolahan

Adapun prinsip desain komunikasi visual sebagai berikut:

Komposisi

Komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa secara harmonis antar bagian atau secara menyeluruh, penggabungan dari banyak unsur tersebut harus memperhatikan Keseimbangan, irama, proporsi, dan kesatuan guna mendapatkan satu pandangan yang efektif dalam pembuatan sebuah karya

Keseimbangan

Keseimbangan tercapai dengan menampilkan unsur-unsur desain seperti bentuk dan ukuran, warna, tekstur, dan sebagainya agar unsur-unsur yang ada dikomposisikan dengan serasi, sepadan, dan selaras.

Irama.

Irama merupakan upaya memvisualisasikan unsur gerak pada media grafis

yang statis dengan menambah nuansa penekanan yang informative

Proporsi.

Proporsi merupakan perbandingan antara suatu unsur/materi yang satu dengan yang lain, berhubungan dengan ukuran dan bentuk bidang yang akan disusun.

Kontras

Kontras merupakan perpaduan elemen-elemen desain yang berbeda. Kontras dapat menarik perhatian mata, menghidupkan desain, dan bumbu komposisi dalam mencapai suatu bentuk.

Motion Graphic

Menurut Krasner, Jon (2017), *Motion Graphic* menggabungkan teknik dan prinsip desain grafis dan prinsip animasi dalam pembuatan karyanya sehingga terbentuknya *motion graphic* yang efektif, efisien dan jelas menyampaikan makna. Crook dan Beare (2016) mendefinisikan *motion graphic* sebagai hal yang sangat sederhana namun juga sangat mustahil untuk dijabarkan. Penjabaran sederhananya yaitu *motion graphic* mencakup gerakan, rotasi, atau skala dari gambar, video, dan teks di setiap *layer* disertai dengan soundtrack. Ada pula pengertian lain tentang *motion graphic* adalah grafis yang menciptakan ilustrasi gerak. *Motion Graphic* merupakan infografis yang didesain bergerak seperti media audio visual berupa film, video, dan Animasi dalam computer (Franzia dan Fauzyah, 2018). Menurut Krasner (2016) ada beberapa pertimbangan yang diperlukan untuk membuat *motion graphic* yang efektif sebagai berikut;

Spatial

Pertimbangan ruang seperti posisi, ukuran, arah acuan, arah gerakan, gerakan yang dipengaruhi gerakan lainnya, hubungan pergerakan dengan batas-batas frame,

faktor-faktor tersebut penting untuk dipertimbangkan ketika proses koreografi animasi

Temporal

Pertimbangan temporal terdiri dari waktu dan velocity. Velocity adalah kecepatan di mana unsur-unsur bergerak atau berubah dari waktu ke waktu dan ruang. Pnergerakan memerlukan pemahaman mendasar tentang bagaimana waktu diukur. Perancangan format yang berbeda seperti film, video, atau media digital, masing-masing memiliki standar tersendiri dalam mengukur waktu. Velocity merupakan faktor yang menentukan cukup atau tidaknya suatu koreografi dalam mencapai dinamis, animasi manusia hidup.

Live action

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan ketika bekerja dengan live-action konten termasuk bentuk atau konteks proyek properti film dan sifat sinematik seperti tone, contrast, lighting, depth offield, focus, camera angle, shot size, dan mobile framing.

Typographic

Peran tipografi ekspresif kinetik adalah untuk mewakili konsep di format visual. Dapat menyampaikan emosi melalui dampak grafis unik dan gerakan dalam ruang.

Pembuatan sebuah *motion graphic* tidak jauh berbeda berbeda dengan produksi animasi, namun ada beberapa langkah yang di sederhanakan. Menurut Seidl (2013) ada beberapa tahapan dalam pembuatan motion graphic sebagai berikut;

Gambaran umum

Tahapan awal sebelum membuat sebuah motion graphic adalah dengan memikirkan apa pesan yang akan disampaikan dan bagaimana cara

menyampaikannya. Cerita yang sudah terbentuk kemudian di visualisasikan dalam bentuk sketsa sederhana atau *animatics* guna mempermudah klien untuk melihat gambaran keseluruhannya.

Konsep dan Naskah

Penentuan konsep biasanya dilakukan oleh klien atau perancangannya sendiri, namun tidak jarang klien yang memberi andil sepenuhnya kepada perancangan setelah memberikan beberapa poin penting yang menjadi acuan mengenai sasaran atau pesan apa yang akan disampaikan melalui motion graphic tersebut.

Gaya visual dan storyboard

Menentukan gaya visual yang akan digunakan berangkat dari pencarian ide melalui moodboard atau referensi sesuai dengan cerita yang ada. Perancang harus memikirkan seluruh aspek visual yang ada seperti karakter, objek, warna, suara, dan sebagainya dengan tetap memikirkan jika pilihan tersebut sudah sesuai dengan target audiens.

Produksi

Dalam fase produks, 70% merupakan kegiatan langsung dengan perangkat yang digunakan, dengan banyak *trial and error* dalam mengoperasikan perangkat tersebut untuk mendapatkan efek yang diinginkan. Proyek yang berbeda sudah pasti membutuhkan sumber daya yang berbeda seperti halnya pembuatan visual 2D dan 3D membutuhkan perangkat yang berbeda. Ini yang menyebabkan pentingnya persiapan di fase pra-produksi guna mempersiapkan segala hal yang nantinya digunakan dalam proses produksi meliputi kru, pengisi suara, hingga kamera.

Delivery

Ketika semuanya sudah selesai, proyek akan dipresentasikan dan diserahkan kepada klien. Namun tahapan ini dapat terjadi berulang-ulang sesuai dengan tingkat

kepuasan kliennya. Jika mereka masih punya ide untuk mengembangkannya, perancang akan terus mencoba untuk merevisi hasilnya kembali.

Teori Media Animasi

Menurut Banik (2013:3) Animasi merupakan sebuah proses pembuatan ilusi gambar dan objek yang bergerak dengan menampilkan gambar berurutan dalam sukseksi yang cepat. Menurut Paulus Harsadi (2015:4), Animasi merupakan sebuah objek yang bergerak secara dinamis dan tidak statis (diam), objek tersebut dapat berupa tulisan maupun bentuk-bentuk lainnya. Andrew Selby (2013) juga berpendapat bahwa animasi dapat diartikan sebagai bentuk audio-visual yang menarik, luar biasa, dan berekspresi yang terdiri dalam gabungan gambar dan suara yang bergerak secara bersama untuk menceritakan kisah dan menjelaskan ide.

Thomas dan Ollie Jhonston dalam bukunya *The Illusion of Life; Disney Animation* (1981) menjelaskan ada 12 prinsip animasi. Dalam perancangan ini penulis akan menggunakan 4 prinsip dari 12 prinsip animasi tersebut sebagai berikut;

Staging

Straging merupakan prinsip animasi dalam mengatur komposisi penempatan objek sehingga terkesan menarik bagi audiens. Prinsip ini digunakan agar suasana yang diinginkan dalam suatu scene tercapai.

Appeal

Appeal merupakan prinsip penggambaran objek keseluruhan dalam perancangan atau gaya visual yang digunakan guna menarik perhatian audiens.

Timing and Spacing

Timing adalah tentang menentukan waktu kapan sebuah gerakan 16 akan dimulai dan akan berhenti. Dan Spacing adalah tentang menentukan kecepatan pada sebuah objek yang akan bergerak pada waktu tertentu.

Slow In and Slow Out

Slow In and and Slow Out adalah pergerakan objek dimana objek tersebut memiliki efek durasi yang berbeda dari titik start dan titik finish, guna untuk memberikan kesan animasi yang tidak kaku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Pesan

Perancangan *motion graphic* ini dilakukan berdasarkan data-data yang telah diambil dan disesuaikan dengan target audiens. Data informasi tersebut diperoleh dari sebuah fenomena, yaitu banyak tenaga pemasar PT Marsit yang performa kerjanya menurun sehingga tingginya rate turnover, sehingga berdampak pada perusahaan. Pesan yang ingin disampaikan *motion graphic* kepada target audiens ini adalah memberitahukan tahapan yang seorang tenaga pemasar PT Marsit harus lakukan dalam melakukan penjualan. Pesan tersebut ditekankan pada ilustrasi gambar dan suara didalam *motion graphic*. Sehingga diharapkan para tenaga pemasar lama maupun baru dapat memahami proses kerja mereka lebih dalam lagi..

Konsep Kreatif

Motion graphic dirancang dalam bentuk *video explainer* yang menggunakan elemen bentuk 2D dengan konsep *flat design*. *Motion graphic* ini menjelaskan tentang tahapan dan kebutuhan para tenaga pemasar untuk melakukan proses penjualan. Komposisi yang digunakan dalam *motion graphic* ini merupakan elemen-elemen seperti gambar, teks, animasi, dan suara. Dramatik yang dimunculkan dalam dua elemen seperti ilustrasi gambar dan suara. Penggunaan ilustrasi gambar yang

dibuat dengan teknik ilustrasi vektor sederhana bertujuan untuk memudahkan audiens memahami informasi.

Elemen-elemen tersebut dibuat dalam bentuk *motion graphic* yang bergerak, penambahan elemen suara berbentuk narasi dan musik pendukung juga digunakan untuk menekankan pesan yang ingin disampaikan.

Konsep Media

Perancangan ini menghasilkan output berupa video yang diunggah ke *YouTube* dan *website* pelatihan milih perusahaan, dan media sosial lainnya. Hal ini dilakukan agar audiens dapat mengaksesnya dari mana saja

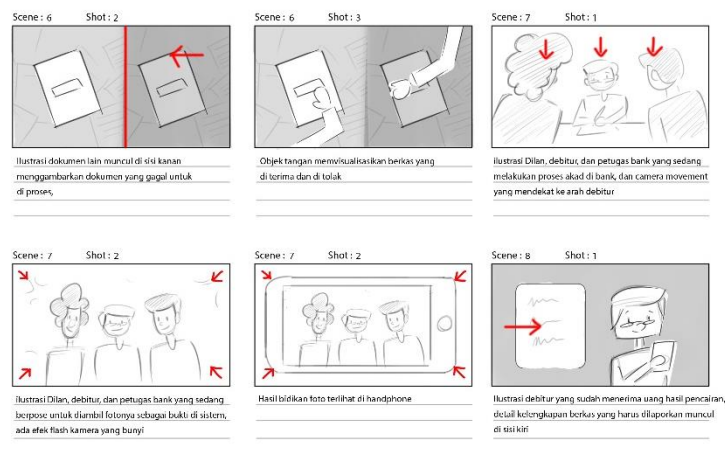
Konsep Visual

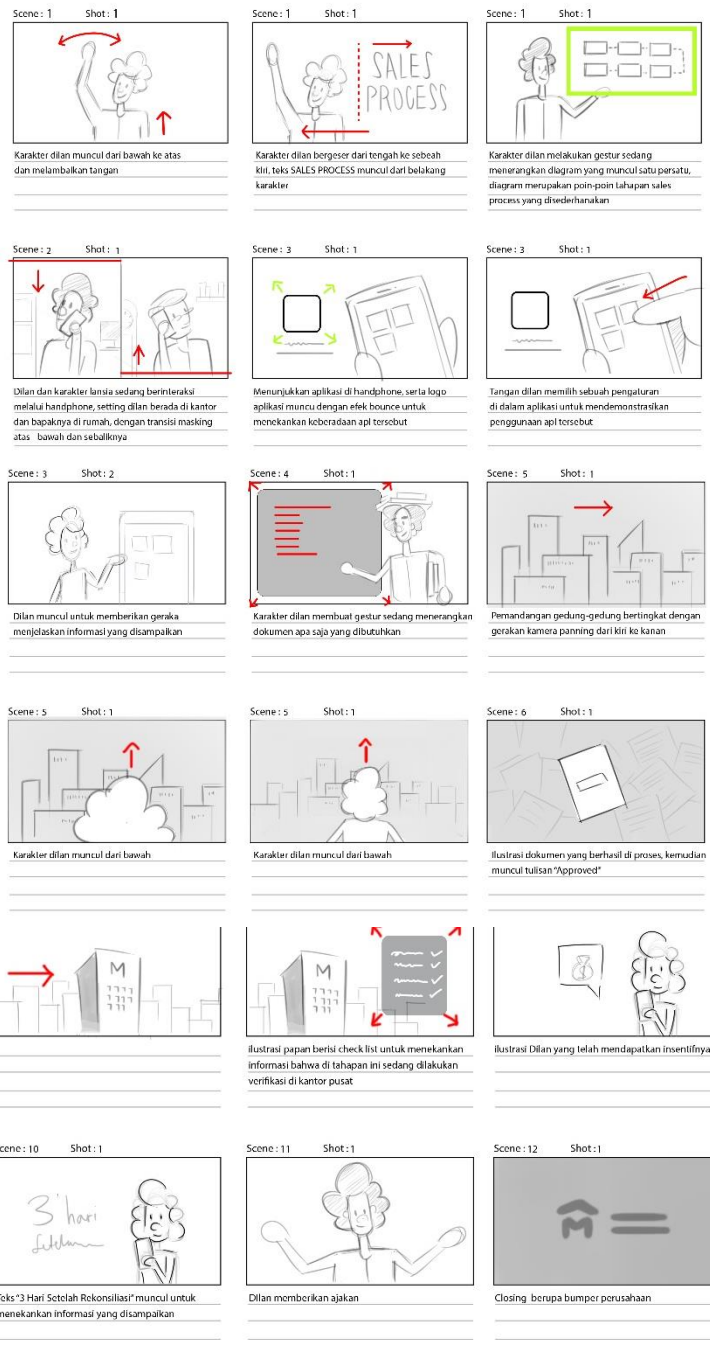
Perancangan motion graphic ini menggunakan cerita dan narasi untuk menginformasikan tentang materi sales process kepada karyawan PT Marsit. Dengan pergerakan visual yang dinamis dan simpel yang disesuaikan dengan narator. Dengan gaya visual flat design yang dapat mempermudah audiens dalam menerima informasi

Pra Produksi

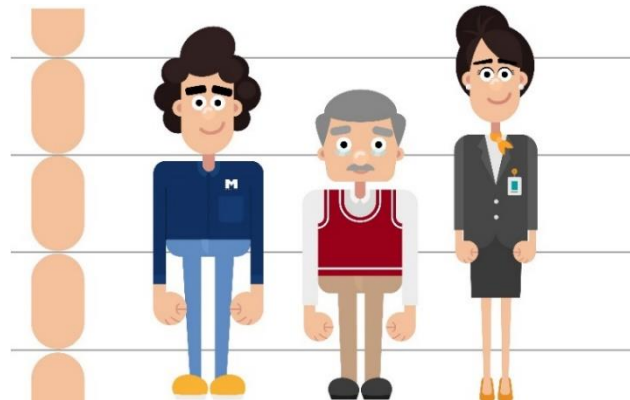
Tahapan awal dalam perancangan motion graphic ini adalah pengembangan konsep dalam pembuatan aset – aset yang diperlukan pada tahap produksi.

Storyboard





Gambar 1.1 Storyboard
(Sumber: Andhika Novianto, 2022)



Gambar 2 Visual Karakter
(Sumber: Pribadi, 2022)

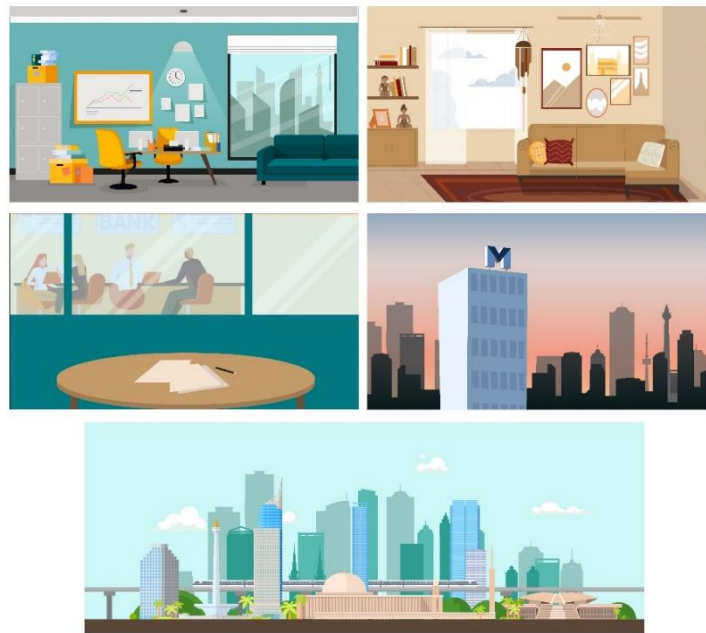
Produksi

Karakter

Karakter dalam video animasi *motion graphic* ini digunakan untuk menjadi sosok yang menyampaikan informasi dari narasi yang telah dibuat dan sebagai representasi dari karyawan PT Marsit Bangun Sejahtera serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses kerjanya.

Background

Pembuatan background disesuaikan dengan latar tempat yang ada dalam naskah, warna yang digunakan juga mengacu pada palet warna yang telah ditentukan.



Gambar 3 Visual Latar Belakang
(Sumber: Pribadi, 2022)

Aset Visual Pendukung

Aset visual pendukung dibuat berdasarkan referensi dari objek nyata yang perancang ubah menjadi ilustrasi yang kemudian digunakan untuk menekankan informasi yang perancang ingin sampaikan di dalam video animasi *motion graphic*.

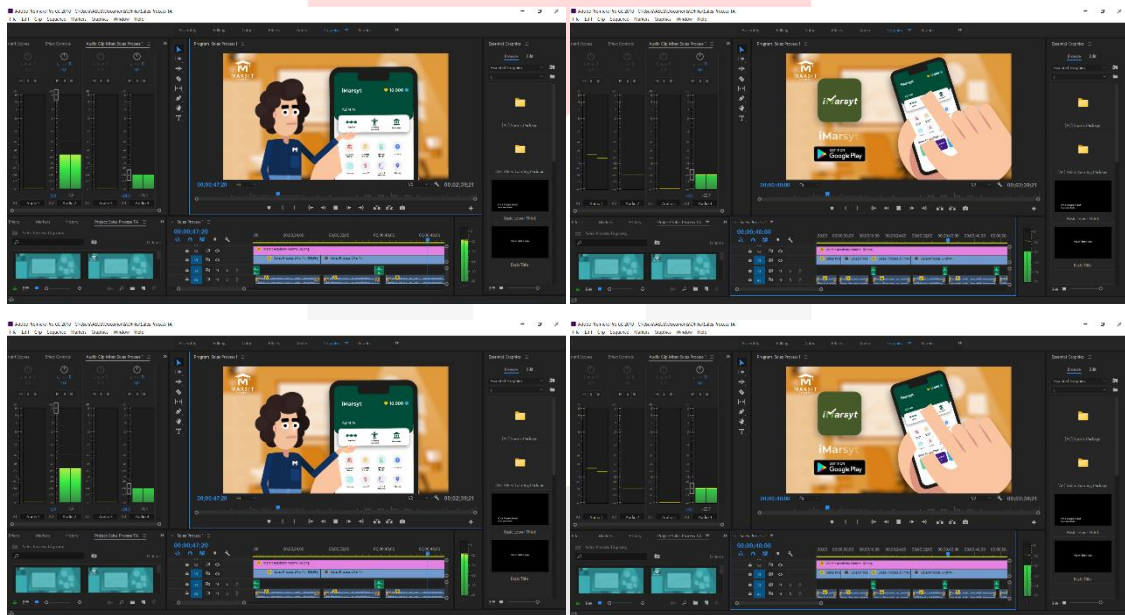


Gambar 4 Aset Visual Pendukung
(Sumber: Pribadi, 2022)

Pasca Produksi

Compositing

Pada tahap ini, seluruh aset yang telah dibuat akan disusun dan digerakkan, perangkat yang digunakan dalam tahapan ini adalah *Adobe After Effect* dan *Adobe Premiere Pro*. *Adobe After Effect* digunakan untuk menggerakkan seluruh objek seperti karakter, *background*, dan teks. Sedangkan *Adobe Premiere Pro* digunakan untuk menggabungkan komposisi yang telah di render dan menyusun asset suara *voice over*, *sound effect*, dan *background music*



Gambar 5 Proses Pasca Produksi
(Sumber: Pribadi, 2022)

Hasil Perancangan

Setelah melewati tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca produksi, dihasilkanlah media edukasi yang berupa *motion graphic* dengan judul *Sales Process*. Berikut hasil perancangan sesuai *storyboard* yang telah dibuat.



Gambar 6 Hasil Perancangan
(Sumber: Pribadi, 2022)

KESIMPULAN

Perancangan ini berangkat dari permasalahan di PT Marsit Bangun Sejahtera yang memiliki tingkat *rate turnover* yang tinggi. Berdasarkan data yang di dapat, disimpulkan bahwa tingginya jumlah karyawan resign khususnya para *marketing representative* disebabkan oleh kurangnya pemahaman mereka tentang alur proses kerja di lapangan. Faktor penyebab kurangnya pemahaman ini adalah tidak efektifnya kegiatan pelatihan yang diberikan oleh *trainer* dan kurang efektifnya media yang digunakan karyawan untuk mengulang kembali ilmu yang diberikan.

Gaya visual yang perancang gunakan dalam video animasi *motion graphic* ini berbentuk sederhana dengan memadukan elemen visual dari identitas perusahaan guna menciptakan media pelatihan yang mudah untuk dimengerti.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, L. (2015). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA VISUAL DAN MINAT BELAJAR SISWA TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA (Eksperimen Pada Siswa Kelas X SMK PGRI 20 Kecamatan Cibubur Jakarta Timur Tahun Ajaran 2009/2010) .
Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA.

Farida, E., Kholidah, N. R., & Sarjono. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna Untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih WWarna Pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 40-47.

Hamalik, O. (2010). *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Kartika, D. S. (2004). *Seni Rupa Modern*. Bandung: Rekayasa Sains.

Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.

Mulqi, P. M., & Ramdhan, Z. (2018). Perancangan Animasi Motion Graphics Prosesi Mapag Karuhun Dalam Kesenian Kuda Renggong Sebagai Upacara Inisiasi Khitan di Sumedang. 62.

Munir. (2021). *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Robin, L. (2001). *Kitab Suci Komputer dan Multimedia*. Yogyakarta: Alberta.

Said, A. A. (2006). *Dasar Desain Dwimatra*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.

- Sanjaya, W. (2012). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses*. Jakarta: Kencana.
- Seidl, S. (2013). The Increasing Value of Motion Graphics for Companies and Their Public Image.
- Sherin, A. (2012). *Design Elements: Color Fundamentals*. Massachusetts: Rockpaperink.
- Surasmi, W. A. (2016). PEMANFAATAN MULTIMEDIA UNTUK MENDUKUNG KUALITAS PEMBELAJARAN. *PROSIDING TEMU ILMIAH NASIONAL GURU (TING) VIII* (p. 595). Surabaya: UPBJJ-UT.
- Surjono, H. D. (2017). *Multimedia Pembelajaran Interaktif: Konsep dan Pengembangan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sutopo, A. H. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Turban, d. (2002). *Aplikasi Multimedia Interaktif*. Yogyakarta: Paradigma.
- Tyas, D. P. (2017). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA VISUAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA SDN 02 KENDALBULUR, BOYOLANGU, TULUNGAGUNG TAHUN 2015/2016.
- Vaughan, T. (2011). *Multimedia: Making It Work, 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM PRESS.
- Widya, L. A., & Darmawan, A. J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.