

**Pembuatan *Motion Graphic* Sebagai Media Informasi Bagi Pengunjung Di
PT Pembangunan Jaya Ancol
(*The Production Of Motion Graphics As An Information Media For Visitors
At PT Pembangunan Jaya Ancol*)**

Sascorio Ade Akbar¹, Amata Fami², Novi Asri Maharani³

^{1,2}Manajemen Informatika, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Jalan Kumbang 14, Bogor

³PT Pembangunan Jaya Ancol, Jalan Lodan Timur No. 7 Ancol Taman Impian, Jakarta Utara

Email : sascorio.ade.akbar@gmail.com

ABSTRACT

This final assignment was created with the aim of making multimedia content in the form of motion graphics. The content is expected to be an alternative content for Taman Impian Jaya Ancol which is published to its visitors, especially for increasing their brand value. The Production of Motion Graphics as an Information Media for Visitors at PT Pembangunan Jaya Ancol were using my own development method. The results of this final assignment were in the form of six video products in the form of motion graphics and two of them as information media for Taman Impian Jaya Ancol's visitors.

Keywords : *brand value, information media, motion graphic*

ABSTRAK

Tugas Akhir dibuat dengan tujuan membuat konten multimedia dengan bentuk *motion graphic*. Konten ini diharapkan menjadi konten alternatif bagi pihak Taman Impian Jaya Ancol yang akan dipublikasikan kepada pengunjung. Di sisi lain pembuatan konten juga dapat meningkatkan *brand value* Taman Impian Jaya Ancol PT kepada *audience*. Pembuatan *motion graphic* sebagai media informasi bagi pengunjung di PT Pembangunan Jaya Ancol ini menggunakan metode pengembangan sendiri. Hasil dari kegiatan PKL berupa enam produk video berbentuk *motion graphic* dan dua diantaranya sebagai media informasi bagi pengunjung Taman Impian Jaya Ancol.

Kata Kunci : *brand value, media informasi, motion graphic*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi sangat membantu kehidupan manusia dalam hal komunikasi. Di era globalisasi ini telekomunikasi dan informatika adalah dua faktor penting karena keduanya merupakan sarana komunikasi antara penyedia dan pengguna informasi (Syarah 2009). Perkembangan teknologi, informasi, serta komunikasi biasanya berkembang pesat pada kota-kota besar, seperti yang terjadi di ibu kota Indonesia yaitu Jakarta, dimana menjadi lokasi *start up* berstatus *unicorn* di Indonesia.

Jakarta sendiri merupakan salah satu destinasi terkenal di Indonesia yang banyak mendatangkan wisatawan (Lestari dan Ariwangsa 2018). Salah satu tempat wisata yang direkomendasikan untuk dikunjungi adalah Taman Impian

Ancol. Annual Report Ancol Tahun 2017 menyatakan Taman Impian Ancol merupakan tempat wisata pantai yang memiliki berbagai wahana unik diantaranya Dunia Fantasi (Dufan), Sea World, Atlantis Water Adventure, dan Ocean Dream Samudra. Wahana-wahana tersebut didukung oleh adanya promosi yang berkelanjutan karena promosi berguna dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang ditawarkan (Mayasari 2014).

Pihak Taman Impian Ancol memiliki Departemen *Corporate Communication* yang berperan dalam membuat konten perihal mempromosikan objek wisata Taman Impian Ancol serta penyebaran informasi informasi yang jarang diketahui wisatawan atau pengunjung. Konten yang dibuat oleh pihak departemen berbentuk multimedia dengan tujuan memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi. Maksud memudahkan wisatawan ini adalah sebagai perantara dalam menyebarkan informasi dari banyaknya sumber yang tersedia (Parekh 2013). Informasi tersebut kemudian diringkas dan dipadu dengan media lainnya seperti musik, suara, grafis, dan sebagainya. Dengan demikian banyaknya informasi yang diperoleh dapat diringkas menjadi suatu tontonan yang bersifat edukatif.

Informasi berbentuk konten multimedia yang dipublikasikan di media sosial resmi Ancol, salah satunya yaitu akun Instagram dengan *username* @ancoltamanimpian, sudah banyak tersedia seperti desain grafis dan videografi. Namun untuk pembuatan konten yang berbentuk *motion graphic* jarang dilakukan. Maka dari itu dibuatlah konten multimedia *motion graphic* untuk memfasilitasi pihak korporat dalam memiliki konten alternatif yang lebih komunikatif untuk menyampaikan informasi seputar rekreasi Taman Impian Jaya Ancol kepada pengunjung atau wisatawan.

Ketertarikan untuk memberikan sesuatu hal yang baru kepada pihak Taman Impian Jaya Ancol menjadi satu alasan yang mendukung hal lain yang telah diuraikan di atas. Oleh karena itu dibuatlah *Motion Graphic* ini sebagai Media Informasi bagi Pengunjung di PT Pembangunan Jaya Ancol.

TUJUAN

Tujuan dibuat jurnal ini adalah membahas pembuatan konten multimedia yang berbentuk *motion graphic*. Konten tersebut diharapkan menjadi alternatif konten bagi pihak Taman Impian Ancol kepada pengunjung.

METODE PENELITIAN

Metode kajian yang digunakan berdasarkan langkah kerja yang diterapkan di tempat praktik kerja lapang dalam perancangan *motion graphic* di PT Pembangunan Jaya Ancol. Terdapat sebelas tahapan yang dilalui dimulai dengan *brief* yang dilakukan dengan pembimbing lapang dan staf lainnya, perancangan konsep, pencarian sumber referensi, penentuan komponen pendukung, *assembly*, *render per scene*, *compositing*, *rendering final*, demo produk, revisi, dan publikasi.

- *Briefing*

Briefing merupakan terjemahan dari kata Bahasa Indonesia yaitu pengarahan, pengarahan sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah

pemberian petunjuk atau pedoman untuk pelaksanaan suatu kegiatan. *Briefing* dilakukan oleh pembimbing lapangan serta pegawai *Corporate Communication* lainnya terkait penentuan konten yang digunakan untuk produk multimedia yang dibuat. Penentuan konten ini berhubungan dengan seberapa spesifik konten media dirancang dan diproduksi untuk tujuan-tujuan tertentu dan bagaimana hal ini berpengaruh kepada masyarakat (Nugroho *et al.* 2013).

Konten yang dibuat berupa video berbentuk *motion graphic* atau *motion graphic design*. Penjelasan singkatnya dari *motion graphic* adalah perancangan grafis yang digunakan dalam konteks gambar bergerak (Shaw 2016).

- Perancangan Konsep

Tahap Perancangan Konsep dilakukan dengan menentukan jalan cerita dari suatu konten yang sudah didiskusikan sebelumnya di tahap *Briefing*. Setiap rencana akan dibuat perencanaan desain dan kemudian diproduksi menjadi produk yang bersifat sementara. Tahap ini juga mencakup perencanaan struktur navigasi yang baik untuk antarmuka penggunaannya (Binanto 2013). Perancangan konsep sendiri meliputi beberapa kegiatan dalam pembuatan konten diantaranya penentuan *target audience*, pembuatan *storyboard* atau *storyline*, dan penentuan spesifikasi untuk video yang akan dibuat.

Target audience merupakan *audience* yang ingin dijadikan sasaran untuk memperoleh konten yang dibuat. *Target audience* yang ditetapkan harus sesuai dengan kepribadian kelompok *audience* seperti umur, hobi, pekerjaan, dan sebagainya (Stickdorn *et al.* 2018)

Storyboard atau *storyline* merepresentasikan jalannya cerita dari sebuah konten. Tujuannya adalah untuk memberi petunjuk dan memperjelas apa yang harus dibuat dari sebuah konten secara berurutan. *Storyboard* biasanya dibuat dalam bentuk ilustrasi, foto, kumpulan *screenshot*, atau sketsa (Stickdorn *et al.* 2018). Untuk *storyline* sendiri berupa naskah cerita yang berbentuk teks tanpa adanya visualisasi yang sudah disebutkan dalam penjelasan *storyboard*.

Spesifikasi video merupakan ketentuan bentuk dan jenis dari video yang akan dibuat. Ada tiga spesifikasi utama yang harus ditentukan dari video yaitu ukuran, durasi maksimum, serta *format file* untuk video.

- Pencarian Sumber Referensi

Tahap Pencarian Sumber Referensi dilakukan dengan menyesuaikan konsep yang sudah dibuat sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk memudahkan proses produksi konten. Dengan adanya referensi ini maka sumber dapat dibandingkan satu dengan sumber yang lain untuk menentukan mana desain yang sesuai dengan konten yang ingin dibuat (Busroh 2017). Referensi yang dicari berupa bagian dari komponen-komponen multimedia seperti gambar, video, dan audio.

- Penentuan komponen pendukung

Tahap ini dilakukan dengan menentukan komponen apa yang mendukung dalam pembuatan konten. Komponen yang ditentukan terdiri dari dua perangkat, yaitu perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras multimedia secara umum adalah komputer dengan satu platform yang didukung oleh perangkat pendukung lainnya seperti kamera digital, mikrofon audio, alat pemindai (*scanner*) dan sebagainya. Sedangkan untuk perangkat lunak multimedia adalah komponen-

komponen dalam *data processing system*, berupa program-program untuk mengontrol bekerjanya sistem komputer multimedia (Munir 2013).

- *Assembly*

Tahap *assembly* merupakan tahap pembuatan semua objek atau bahan multimedia yang didasarkan pada *storyboard* (Binanto 2010). Tahap ini dimulai dari perancangan grafis, perekaman narasi, dan animasi grafis.

Perancangan grafis menerapkan konsep *flat design* yang menekankan pada tampilan yang sangat minimalis (Pratas 2014). Perekaman narasi dilakukan dengan menggunakan *smartphone* sebagai alat perekamnya dan hasilnya dipindahkan ke perangkat keras utama. Kemudian animasi grafis dilakukan berupa animasi dua dimensi dan dilakukan setiap *scene* agar lebih mudah dalam melakukan tahap-tahap selanjutnya, terutama pada tahap *compositing*.

- *Render per scene*

Render merupakan proses mengubah *file* proyek dari konten menjadi *file* yang dapat dijalankan di media lain (Busroh 2017). Dikarenakan pada tahap sebelumnya dilakukan per *scene*, maka dalam melakukan *render* pada tahap ini dilakukan setiap *scene* pula. Tahap ini dilakukan jika tahap aktivitas *assembly* telah selesai.

- *Compositing*

Compositing merupakan proses menggabungkan beberapa gambar atau beberapa urutan gambar menjadi satu bagian video digital (Fachrurrozi 2014). Pada tahap ini dilakukan penggabungan animasi yang telah dibuat setiap *scene* serta menambahkan efek suara yang sudah didapatkan pada tahap pencarian sumber referensi dan narasi yang sudah direkam sebelumnya.

- *Rendering Final*

Tahap ini mirip dengan tahap sebelumnya yaitu *render* setiap *scene*. Namun yang membedakan adalah tahap ini merupakan akhir dari produksi konten. Semua komponen yang telah disusun dalam tahap *compositing* dibangun dan dibuat menjadi satu video tontonan yang utuh.

- Demo produk

Tahap demo produk merupakan tahap memperlihatkan konten yang sudah dibuat kepada pembimbing lapang dan staf bagian lainnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah konten yang dibuat sudah sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan di awal (Nugraha 2018).

- Revisi

Tahap revisi merupakan tahap perbaikan dari apa yang sudah dibuat, revisi dilakukan jika ada kekurangan dalam segi informasi, grafis, maupun animasi sesuai permintaan pembimbing lapang atau pegawai *Corporate Communication* lainnya (Nugraha 2018). Revisi dilakukan pada saat di tengah proses berjalan atau pada saat melakukan demo produk.

- Publikasi

Tahap publikasi merupakan tahap akhir dari pembuatan konten. Jika konten yang dibuat sudah melalui tahap pengujian dan revisi, maka konten sudah layak untuk dipublikasikan ke akun Instagram Taman Impian Ancol, yaitu @jaya.ancol dan @ancoltamanimpian.

Media sosial sendiri merupakan alat yang sangat membantu para penggunanya dalam mencari informasi, terutama para peneliti. Selain itu, media sosial juga merupakan tempat yang nyaman bagi pembuat konten karena memberdayakan semua orang untuk bebas bersuara (Deliyannis, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

- Alat

Alat yang dipakai untuk pembuatan konten terdiri dari perangkat lunak dan perangkat keras. Perangkat lunak yang digunakan seperti yang tertera pada Tabel 1.

Tabel 1 Perangkat Lunak yang Digunakan

Nama Aplikasi	Kegunaan
Adobe Illustrator CC 2017	Membuat dan mengolah (<i>tracing</i>) gambar vektor
Adobe After Effects CC 2017	Membuat animasi per <i>scene</i>
Adobe Media Encoder CC 2017	<i>Rendering</i> animasi per <i>scene</i> yang sudah dibuat
MAGIX Vegas Pro 15	<i>Compositing</i> , menggabungkan <i>scene-scene</i> animasi dengan musik pengiring, efek suara, dan narasi

Perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan video yaitu laptop dan *smartphone*. Kedua perangkat keras tersebut memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- Laptop

Operating System : Windows 10 Pro 64 bit (10.0, *Build* 17134)

Processor : Intel(R) Core(TM) i5-7200U CPU @ 2.50GHz
(4 CPUs), ~2.7GHz

System Manufacture : ASUSTeK COMPUTER INC.

System Model : X456UQK

Memory : 8.00 GB RAM

Harddisk : 1 TB (HDD) dan 250 GB (SSD)

Alat Input : *Keyboard* dan *Mouse*

Alat Output : *Speaker* dan *Earphone*

- Smartphone

Operating System : Android™ 8.0 (*Oreo*)

Processor : Hisilicon Kirin 659

System Manufacture : Huawei Technologies Co. Ltd

System Model : RNE-L22

Memory : 4.00 GB RAM

Internal Storage : 64 GB

Alat Input : *Recorder*

Alat Output : *Speaker* dan *Earphone*

Spesifikasi yang disebutkan di atas terdapat dari deskripsi langsung yang disediakan oleh perangkat keras itu sendiri. Perangkat lunak yang digunakan

dalam pembuatan video dapat dijalankan dengan baik dengan menggunakan spesifikasi perangkat keras di atas, terutama dalam proses *assembly* dan proses *render*.

- Produk

Hasil yang dibuat selama berdasarkan metode yang sudah dijelaskan berupa *motion graphic* yang memiliki tujuan yang berbeda-beda. Berikut penjelasan *motion graphic* yang dikerjakan.

- Prosedur Mencari Promo-promo yang Masih Berlaku di Taman Impian Ancol

Video ini menjelaskan tentang cara-cara mengetahui promo yang masih berlaku untuk digunakan pada saat ingin berekreasi di Taman Impian Ancol. Pengerjaan video ini dimulai dengan membuat *storyboard* sebagai acuan awal dalam pembuatan *motion graphic* kemudian merancang grafis vektor menyerupai *storyboard* yang sudah dibuat sebelumnya lalu diberi animasi dan dilakukan *compositing* dengan menggabungkan semua video dan audio yang telah disiapkan. Jika video sudah tidak ada yang perlu diubah, video langsung dipublikasi ke akun Instagram @ancoltamanimpian.

Vektor yang dibuat berasal dari vektor yang sudah ada kemudian disunting mulai dari bentuk dan warnanya. Ada juga vektor yang dibuat sendiri dengan melakukan *tracing* dari referensi yang ada. Beberapa cuplikan video terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Beberapa Cuplikan dari Video Posedur Mencari Promo-promo yang Masih Berlaku di Taman Impian Ancol

- Prosedur Membeli Tiket Rekreasi Taman Impian Ancol di ancil.com

Video ini menjelaskan tentang langkah pembelian tiket rekreasi Taman Impian Ancol di web resmi ancil, yaitu ancil.com. Pengerjaan video ini sebagian besar sama dengan pengerjaan pada video pertama, hanya saja pada video ini tidak memakai *subtitle* dan ukuran video pada video ini, yaitu 1920 x 1080 (16:9), berbeda dengan sebelumnya yang berukuran 900 x 900 (1:1). Beberapa cuplikan video terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Beberapa Cuplikan Prosedur Membeli Tiket Rekreasi Taman Impian Ancol di ancol.com

o Ucapan Hari Pemilu 2019

Video ini bertujuan merayakan pemilihan raya yang dilaksanakan di Indonesia tepat pada tanggal 17 April. Pengerjaan video ini didahului oleh pembuatan grafis dengan tracing dari gambar-gambar dua dimensi yang ada. Kemudian dianimasikan menjadi animasi pendek. Beberapa cuplikan video terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Beberapa Cuplikan Ucapan Hari Pemilu 2019

o Ucapan Hari Konsumen Nasional 2019

Video ini bertujuan merayakan Hari Konsumen Nasional (Harkonas) 2019 pada tanggal 20 April. Pengerjaan video ini memanfaatkan animasi yang sudah dibuat sebelumnya, yaitu animasi tentang rekreasi Ancol seperti Dufan, *Sea World*, *Atlantis Water Adventure*, dan *Ocean Dream Samudra*. Kemudian ditambahkan tipografi dan vektor-vektor lainnya yaitu rumput dan awan agar terlihat lebih menarik. Cuplikan video terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Cuplikan Ucapan Hari Konsumen Nasional 2019

- Ucapan Hari Kartini

Video ini bertujuan merayakan Hari Kartini tepat pada tanggal 20 April. Pengerjaan video ini hanya menganimasikan karakter Ibu Kartini yang dibuat berdasarkan referensi dari kanal “Kok Bisa?”. Cuplikan video terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Cuplikan Ucapan Hari Kartini

- Ucapan Hari Paskah

Video ini bertujuan merayakan Hari Paskah pada tanggal 21 April. Pengerjaan video ini hanya menganimasikan vektor yang sudah ada. Namun untuk vektor kelinci dibuat dengan *trace* gambar kelinci yang sudah ada. Cuplikan video terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Cuplikan Ucapan Hari Paskah

SIMPULAN

Pembuatan *Motion Graphic* sebagai Media Informasi bagi Pengunjung di PT Pembangunan Jaya Ancol telah selesai dibuat dan sudah sesuai dengan konsep yang ditentukan di awal pembuatan. *Motion Graphic* ini dihasilkan dari penggabungan grafis, audio, tipografi, dan pemberian animasi terhadap grafis yang dibuat. Dengan adanya motion graphic ini dapat menambah alternatif konten serta meningkatkan *brand value* bagi PT Pembangunan Jaya Ancol kepada target audience dalam penyebaran konten multimedia Taman Impian Jaya Ancol.

SARAN

Pembuatan *Motion Graphic* sebagai Media Informasi bagi Pengunjung di PT Pembangunan Jaya Ancol masih mempunyai beberapa kekurangan sehingga perlu adanya perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, terutama dalam mengoptimalkan pemanfaatan jadwal pengerjaan serta fasilitas multimedia yang dipakai.

DAFTAR PUSTAKA

- Binanto I. 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Nikodemus WK, editor. Yogyakarta (ID): Penerbit ANDI. Tersedia pada: https://books.google.co.id/books/about/Multimedia_Digital_Dasar_Teori_dan_Penge.html?id=UqWLn0oaUYC
- Binanto I. 2013. Kajian Metode-metode Pengembangan Perangkat Lunak Multimedia. *Jurnal Penelitian* [Internet]. [diunduh 2019 Apr 15]; 17(1):42-52. Tersedia pada: <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/JP/article/view/784>
- Busroh NA. 2017. Pembuatan *Company Profile* sebagai Media Promosi Tujusemesta Creative Space [laporan akhir]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

- Deliyannis I. 2012. *Interactive Multimedia*. [diunduh 2019 Jul 1]. Rijeka (HR): InTech. Tersedia pada: http://library1.org/_ads/6C04A7847EE336947B78D02D12542926
- Fachrurrozi IR. 2014. Implementasi Teknik Video *Compositing* pada Video Animasi “Traversing The Universe” [skripsi]. [diunduh 2019 Mei 7]. Yogyakarta (ID): Universitas AMIKOM Yogyakarta. Tersedia pada: http://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_10.12.4478.pdf
- Lestari DA, Ariwangsa IMB. 2019. Dampak Sosial Budaya *Pro-Poor Tourism: Social Humanity Tour* di Jakarta. *Jurnal Destinasi Pariwisata* [Internet]. [diunduh 2019 Apr 20]; 6(2):204-209.doi:10.24843/JDEPAR.2018.v06.i02.p01. Tersedia pada: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/view/43501>.
- Mayasari D. 2014. Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan [skripsi]. [diunduh 2019 Apr 30]. Surakarta (ID): Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tersedia pada: <http://eprints.ums.ac.id/39811/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Munir. 2013. MULTIMEDIA Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan. Ruswandi, Nurfitriansyah, editor. Bandung (ID): Penerbit ALFABETA.
- Nugraha AD. 2018. Pembuatan Produk Multimedia sebagai Media Informasi Pertanian di Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian (BBP2TP) [laporan akhir]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Nugroho Y, Amalia D, Nugraha LK, Putri DA, Tanaya J, Laksmi S. 2013. Produksi Konten, Penentuan Hidup Bersama: Sejauh mana media menjunjung prinsip kewarganegaraan? (Edisi Bahasa Indonesia) [laporan]. [diunduh 2019 Mei 9]. Jakarta (ID): *Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG)* dan *Hivos*
- Parekh R. 2013. *Principle of Multimedia, 2e*. New Delhi (IN): Tata McGraw Hill Education Private Limited. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=jacQAqAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Pratas A. 2014. *Creating Flat Design Websites*. [diunduh 2019 Apr 16]. Birmingham (UK): Packt Publishing Ltd. Tersedia pada: http://library1.org/_ads/68B8A8E4FDD0EE6719444218A186585C
- Shaw A. 2016. *Design for Motion: Motion Design Techniques & Fundamentals*. [diunduh 2019 Apr 16] Shaw D, editor. New York (US): Focal Press. Tersedia pada: http://library1.org/_ads/1C5AC9498BF50E3DFB9F8048A9B78767
- Stickdorn M, Hormess M, Lawrence A, Schneider J. 2018. *This Is Service Design Doing: applying service design thinking in the real world (a practitioner's handbook)*. [diunduh 2019 Mei 9]. California (US): O'Reilly Media, Inc. Tersedia pada: http://library1.org/_ads/95C509671404F48BF16EE5C051ABE579
- Syarah. 2009. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK); Faktor-faktor yang Mempengaruhi serta Pemetaan Kondisi TIK di Jakarta Selatan [skripsi]. [diunduh 2019 Apr 30]. Depok (ID): Universitas Indonesia. Tersedia pada: <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20181966-014-09-Perkembangan%20teknologi.pdf>