

**MOTION GRAPHIC DUA DIMENSI UNTUK INFORMASI LAYANAN LION PARCEL
CABANG SAPEN MOJOLABAN SUKOHARJO**

Rizky Dharma Kusuma, dharmakusumarizky1@gmail.com, Universitas Surakarta
Ramadhian Agus Triono Sudalyo, ramadhian_at@unsa.ac.id, Universitas Surakarta
Jani Kusanti, jani_kusanti@unsa.ac.id, Universitas Surakarta

ABSTRAK

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam hal peningkatan produktivitas perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa, baik jasa penjualan maupun jasa pelayanan. Lebih spesifik lagi jasa pelayanan logistik merupakan salah satu usaha di bidang jasa pengiriman barang, yang perlu selalu dijaga dan diperhatikan standar layanannya. Salah satu bisnis yang terkonsentrasi pada jasa pengiriman barang adalah Lion Parcel Sapen Mojolaban Sukoharjo, yang dalam berpromosi telah memiliki video promosi dan media promosi konvensional, namun secara konsep, konten promosi pada media-media yang dimiliki perlu adanya pengembangan dari aspek program promosinya, agar masyarakat memahami layanan yang dimiliki sehingga dapat lebih meningkatkan transaksi.

Strategi untuk pengembangan promosional bagi Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo, agar memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan pelanggan dengan akurat atau *reability*, salah satunya adalah diperlukan sebuah produk promosi dalam bentuk video dengan teknik *motion graphic* berbasis animasi dua dimensi. Dengan demikian akan menghasilkan media promosi unggul yang memiliki nilai tambah dalam menyampaikan informasi yang lebih efektif dan menarik kepada *customer* untuk menambah kuantitas dan kualitas transaksi, termasuk memiliki keunggulan bersaing, dimana sangat banyak usaha logistik pengiriman barang sejenis.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendataan, yaitu kepustakaan, observasi, wawancara, metodologi pendekatan masalah yaitu Analisis, perancangan, pengambilan gambar dan pemindahan *file*, *editing*, *rendering*, dan *dubbing*, uji coba, serta implementasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dihasilkannya *motion graphic* dua dimensi layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo. Hasil poling yang disampaikan kepada responden dengan rerata 82.58% dan *short term* proses implementasi *motion graphic* pada strategi promosinya mampu menaikkan omset usaha sebesar 8%.

Kata Kunci : Motion Graphic, Lion Parcel, Multimedia, Ekspedisi, Promosi
Pustaka : 11 (2003-2021)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang berkembang dengan pesat sangatlah memudahkan untuk melakukan terobosan di berbagai aspek di segala bidang. Salah satunya yaitu pembangunan dan produksi animasi, baik untuk bagaimana cara mempromosikan, mengembangkan, dan membagikan animasi untuk kepentingan usaha yang dijalankan.

Promosi merupakan upaya membujuk orang agar menerima ide dan gagasan dari sebuah produk. Ada juga yang beranggapan bahwa promosi adalah proses menginformasikan, memberi tahu, mempengaruhi, dan membujuk pelanggan untuk membeli barang tertentu. Promosi adalah sebuah upaya untuk menginformasikan, menyebarkan, mempengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan sebuah produk dari sebuah *brand*. Tujuan promosi tentu saja untuk penjualan. Bisa dikatakan, tanpa promosi, suatu produk tidak akan pernah dikenal masyarakat luas (Wulan, 2021).

Dalam bidang jasa ekspedisi, khususnya pada layanan pengiriman tertentu masih banyak upaya untuk mengembangkan usaha agar tidak tenggelam dengan persaingan antar jasa layanan pengiriman yang ada pada saat ini. Dalam hal mempromosikan, kadang kerap menggunakan cara *direct promotion* kepada *customer* ketika mengirim paket dan mengandalkan *mouth to mouth*. Saat ini pelaku usaha juga masih menggunakan beberapa media sosial, namun kurang jeli dalam mengemas dan mendesain konten pada spesifikasi *brand* yang dimiliki.

Lion Parcel Sapen merupakan layanan jasa pengiriman barang yang beralamatkan di Desa Sapen, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Upaya penjualan yang dilakukan masih menggunakan cara lama, yaitu seperti pada umumnya promosi secara langsung dan secara *broadcast* melalui aplikasi pertemanan.

Melalui proses observasi yang dilakukan pada pengelola usaha yaitu Didit selaku pemilik dari Lion Parcel Sapen dan Khoiril, selaku *Customer Service* Lion Parcel Sapen, terdapat penurunan pelanggan sehingga pemasukan bulanan menurun dari tahun-

tahun sebelumnya, dikarenakan faktor persaingan antar jasa ekspedisi di masa sekarang kian pesat dan ketat terutama dalam hal tarif pengiriman, persaingan dalam inovasi layanan atau program, dan kecepatan serta ketepatan dalam proses pengiriman.

Pada penelitian ini diperlukan komunikasi pemasaran yang merupakan strategi menyampaikan pesan tertentu kepada konsumen sasaran melalui media yang berbeda. Melalui tiga elemen inti pada strategi integrasi:

- a. Pesannya: Apa yang ingin disampaikan
- b. Targetnya: Pesan disampaikan kepada siapa
- c. Media: Saluran apa yang digunakan (Terence A. 2003).

Agar strategi komunikasi pemasaran berhasil, ketiga elemen tersebut harus saling melengkapi. Produk promosi yang erat dengan ketiga tiga elemen inti pada strategi integrasi, salah satunya adalah produk berbasis animasi dua dimensi, dengan teknik *motion graphic*, dimana program akan disampaikan pada konteks gambar animasi dan teks untuk memberikan pengaruh pada target pemirsa.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu : (1) Kepustakaan: pengumpulan data dengan cara pengambilan data-data dari dari riset dan hasil survei teraktual, jurnal penelitian atau naskah publikasi, buku-buku, dan *e-book*. (2) Observasi: metode observasi yang meliputi pengumpulan data dan fakta yang kongkrit, yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti. (3) Analisis: melakukan analisis data-data sebagai permasalahan yang dikumpulkan dari hasil observasi yang telah dilaksanakan, untuk ditelaah dan memperoleh bahan serta acuan terhadap *project* yang akan dibuat. (4) Perencanaan dan Perancangan: melalui proses rancangan dan menyiapkan alat-alat yang akan digunakan untuk pembuatan video, menyusun sinopsis, *script* dan konsep pembuatan *motion graphic* dua dimensi Layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo. (5) Pembuatan Animasi Video: dengan cara melakukan proses pengeditan dengan peralatan sesuai

dengan perancangan. (6) Uji Coba: dilakukan uji coba dari hasil perancangan dan pembuatan video kepada responden dengan cara membagikan video dan poling dengan kuesioner. (7) Implementasi: hasil dari uji coba pembuatan video *motion graphic* dua dimensi layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo, selanjutnya akan diimplementasikan dengan cara mengunggah video yang telah selesai dibuat, pada saluran media yang telah ditentukan.

3. TINJAUAN PUSTAKA

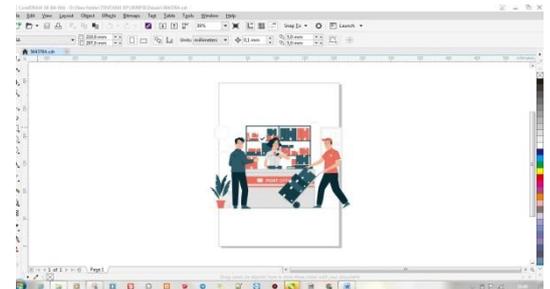
Penelitian Alatas (2020) dengan judul “Perancangan *Motion Graphic* Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi di Sosial Media” menghasilkan video iklan layanan yang digunakan untuk memperkenalkan aplikasi Garuda Kasir. Damayanti dkk (2019) yang berjudul “Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Deteksi Dini Penyakit Alzheimer Pada Usia 25-45 Tahun”. Menghasilkan sebuah video iklan animasi dua dimensi yang memiliki tampilan yang mengedepankan teknik *motion graphic* untuk memberi daya tarik. Nursyah (2020) dengan judul penelitian “Pengembangan Media Pembelajaran Animasi *Motion Graphic* 2D Pada Mata Pelajaran Ipa Materi Sifat-Sifat Cahaya dan Hubungannya Dengan Penglihatan di Kelas IV SD/MI”. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah animasi *motion graphic* bisa dipahami dan diminati oleh anak-anak SD/MI. Algiffari (2015) pada penelitian yang berjudul “Perancangan *Motion Graphic* (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat”. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan kembali permainan tradisional kepada anak-anak masa sekarang. Penelitian yang dilakukan oleh Fujianto dan Antoni (2020) yang berjudul “Produksi dan Efektifitas *Motion Graphic* Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos”. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan Zetizen Batam Pos kepada khalayak umum.

Dalam penelitian ini untuk memperkuat kualitas hasil pada produk, maka pada proses produksi menggunakan aplikasi

Wondershare Filmora X dengan menggunakan beberapa kreativitas efek pada video, gambar animasi, teks animasi, dan *background* agar video memberikan pengaruh pada pemirsa.

4. PROSES PRODUKI DAN PASCA PRODUKI

- a. Tahap produksi merupakan tahapan dimana dilakukan desain gambar dan perekaman *voice over* sesuai konsep dari pra produksi



Gambar 4.1 Pengeditan desain di Corel Draw X8



Gambar 4.2 Pengeditan Animasi di Wondershare Filmora X

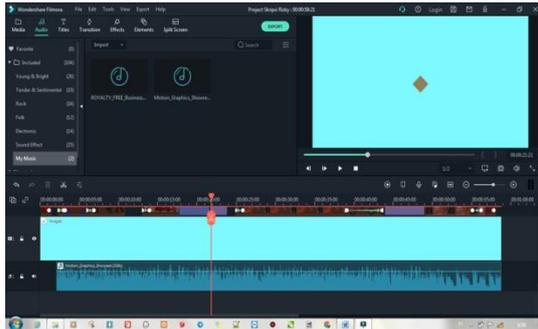
- b. Tahap pasca produksi merupakan proses editing dengan dikombinasikan dengan *background*, suara dari hasil perekaman, dan teks untuk menambah informasi



Gambar 4.3 Memberi animasi/transisi pada video



Gambar 4.4 Memberi teks pada video



Gambar 4.5 Memberi audio dan voice pada video

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. **Tahap Keluaran Aplikasi pada Komputer**
Tahap keluaran sebagai hasil akhir pengeditan video animasi yang mana hasil pengeditan dapat ditentukan untuk ditampilkan dalam berbagai *format* baik yang otomatis terinstal pada komputer saat menginstal sistem operasi atau aplikasi yang harus melalui proses *install*. Terdapat beberapa *media player* yang digunakan untuk menyimak hasil produksi dari produk video animasi.



Gambar 5.1 Produk Video Animasi Pada Aplikasi GOM Player

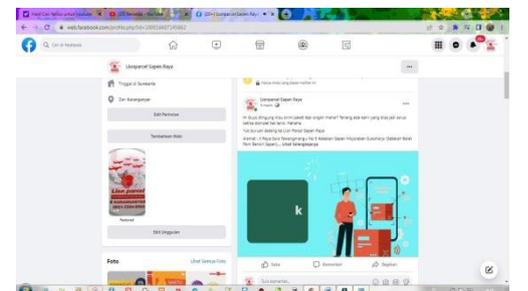


Gambar 5.2 Produk Video Animasi Pada Aplikasi Windows Media Player

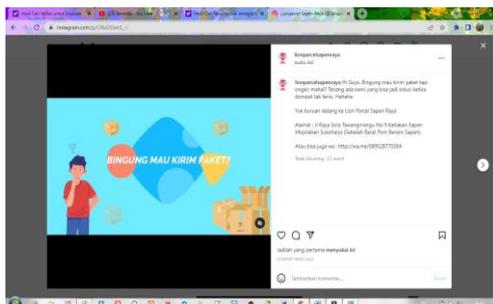
- b. **Tahap Keluaran Aplikasi pada Internet**
Video *motion graphic* dua dimensi Layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo juga dapat disajikan dilayar komputer, laptop, maupun *smart phone*, juga dapat diakses melalui internet melalui saluran media yang dianggap paling efektif saat ini baik pada Youtube, Facebook, dan Instagram sebagai media pendukung promosi dalam meningkatkan pemahaman konsumen tentang beragam layanan yang dapat dipilih.
Untuk pencarian Pada Youtube, Facebook, dan Instagram dapat dicantumkan nama Lion Parcel Sapen Raya” pada menu telusuri



Gambar 5.3 Tampilan memutar video pada YouTube



Gambar 5.4 Tampilan memutar video pada Facebook

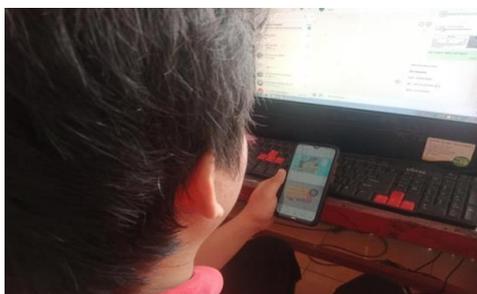


Gambar 5.5 Tampilan memutar video pada Instagram

c. Uji Coba pada Responden

Untuk mengetahui apakah produk video animasi dua dimensi dengan menggunakan teknik *motion graphic* dapat dikatakan efektif, maka dilakukan *poling* dengan menyampaikan kuesioner kepada responden untuk mengetahui apakah video animasi dua dimensi yang diproduksi memenuhi kriteria atau tidak. Responden berjumlah 23 orang dengan mekanisme, responden menonton video animasi dua dimensi dan dilanjutkan mengisi lima butir pertanyaan pada Google Form yang disiapkan.

Butir pertanyaan dengan indikator yang meliputi tampilan dari video *motion graphic* dua dimensi layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo kualitas dan kejelasan suara, konsep animasi, kelengkapan informasi yang tersaji, dan kelayakan sebagai media promosi.



Gambar 5.6 Uji coba produk pada responden



Gambar 5.7 Uji coba produk pada responden

6. KESIMPULAN

Setelah melalui tahap dan uji coba, terdapat kesimpulan penelitian dalam pembuatan video *motion graphic* dua dimensi layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo adalah:

- Telah dihasilkan sebuah video *Motion Graphic* Dua Dimensi Layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo menampilkan konten dari video yaitu lokasi atau *point of sales* yang berfokus kepada beberapa pilihan layanan yang diberikan, serta memberikan informasi yang lain
- Video *Motion Graphic* Dua Dimensi Layanan Lion Parcel Cabang Sapen Mojolaban Sukoharjo berbasis multimedia yang dapat memberikan informasi yang akurat dan memberi daya tarik kepada *customer* yang dibuktikan dari hasil *poling* yang disampaikan kepada responden dengan rerata 82.58% dan *short term* proses implementasi *motion graphic* pada strategi promosinya mampu menaikkan omset usaha sebesar 8%.

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, Syarifah Syakila. 2020. Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi Di Sosial Media. Vol 4 No 2. Journal of Applied Multimedia and Networking. Batam: Polibatam
- Algiffari, Muhammad. 2015. Perancangan Motion Graphic (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat. Jurnal Sketsa. Universitas BSI
- Ayodya, Wulan. 2021. *UMKM 4.0 strategi UMKM memasuki era digital*. Jakarta: Elex Media Computindo. URL:

- https://www.google.co.id/books/edition/UMKM_4_0/-bzNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Brahim, Muhammad Nur Eli. 2021. Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 2. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Damayanti, Putri Ardiana dan Yogananti, Auria Farantika. 2019. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Pentingnya Deteksi Dini Penyakit Alzheimer Pada Usia 25-45. Jurnal Citrakara. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Fujiyanto, Rahmat Zainur dan Antoni, Condra. 2020. Produksi dan Efektifitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos. Vol 3 No 2. Journal of Digital Education, Communication, and Arts (DECA). Polibatam: Batam
- Halim, Fitria, Sherly, Acal Sudirman. 2020. Marketing dan Media Sosial. Bandung: Media Sains Indonesia
- Limbong, Tonni, Janner Simarmata. 2020. *Media dan Multimedia Pembelajaran: Teori dan Praktik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Madcoms. 2009. *Panduan Lengkap Editing Video dengan Adobe Premiere Pro*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nursyah. 2020. Pengembangan Media Pembelajaran Animasi Motion Graphic 2D Pada Mata Pelajaran IPA Materi Sifat-Sifat Cahaya Dan Hubungannya Dengan Penglihatan di Kelas IV SD/MI. Lampung: Universitas Raden Intan
- Shimp, Terence A. 2003. Periklanan dan Promosi, edisi 5, jilid 1. Jakarta: Erlangga. URL: https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_dan_Promosi_edisi_5_jilid_1/4zG8p9bj2yEC?hl=en&gbpv=0