

Perencanaan Video Iklan dengan Teknik *Motion Graphic* untuk Promosi pada Universitas Swasta XYZ

^{1*}Nibras Fa'iq Muhammad, ²Bondan Wahyu Pamekas

¹²Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

¹nibras_faiquhammad@udb.ac.id, ²bondan_wahyupamekas@udb.ac.id

ABSTRAK

Metode pemasaran dan promosi telah mengalami transformasi besar selama era digital yang berkembang pesat. Hal ini juga berlaku untuk pendidikan tinggi, terutama untuk promosi program studi di sebuah Universitas Swasta. Fakultas Ilmu Komputer adalah salah satu bidang yang terus berkembang dan berinovasi, jadi sulit untuk menarik minat calon mahasiswa. Jumlah peminat program studi ini menurun tahun ini. Ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang lebih menarik dan efisien diperlukan. Dalam industri iklan dan promosi, animasi *motion graphic* menjadi solusi kreatif. Animasi jenis ini menjadi alat yang sangat berharga dalam komunikasi pemasaran karena keunggulan visualnya yang dinamis dan kemampuan untuk menyampaikan pesan kompleks secara sederhana dan menarik. Iklan program studi menggunakan animasi *motion graphic* untuk menunjukkan inovasi dan kemajuan teknologi fakultas. Ini juga bertujuan untuk menarik perhatian audiens muda yang akrab dengan media digital dan visual yang menarik. Permasalahan yang akan dibahas di sini adalah bagaimana membuat iklan pemasaran yang dapat menarik mahasiswa baru ke universitas swasta xyz. Perancangan iklan ini melalui beberapa tahap, seperti studi kelayakan, perencanaan awal, analisis, perancangan sistem periklanan, dan implementasi. Metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara dan observasi. Aplikasi ini dibuat dengan *Adobe After Effect*, *Adobe Illustrator*, dan *Adobe Audition*.

Kata kunci: multimedia, animasi, adobe, iklan

PENDAHULUAN

Pada era social media yang berkembang pesat, promosi melalui media visual menjadi salah satu kunci utama dalam menyampaikan pesan dan informasi secara efektif. Universitas Swasta XYZ, sebagai institusi pendidikan yang berupaya menarik minat calon mahasiswa, memerlukan strategi promosi yang inovatif dan menarik. Oleh karena itu, penggunaan video iklan dengan teknik *motion graphic* menjadi pilihan strategis yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video iklan menggunakan teknik *motion graphic* yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi dan nilai-nilai yang diusung oleh Universitas Swasta XYZ.

Teknik *motion graphic* dipilih karena kemampuannya dalam menggabungkan elemen-elemen visual seperti teks, gambar, dan animasi menjadi sebuah cerita yang dinamis dan mudah dipahami. Keunggulan dari *motion graphic* terletak pada kemampuannya untuk menyajikan informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan menarik. Dalam konteks promosi universitas, hal ini menjadi sangat penting mengingat target audiens yang

merupakan generasi muda yang cenderung lebih menyukai konten visual yang cepat dan ringkas.

Penelitian ini menggunakan metodologi desain yang meliputi pengumpulan data, analisis kebutuhan audiens, pengembangan konsep, hingga produksi akhir video. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap aspek dari video iklan, mulai dari pemilihan warna, tipografi, narasi, hingga alur cerita, dirancang untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan citra dan identitas Universitas Swasta XYZ. Hasil akhir diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, tetapi juga sebagai representasi dari dinamika dan inovasi yang menjadi ciri khas universitas tersebut.

Dengan demikian, perancangan video iklan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam strategi pemasaran Universitas Swasta XYZ, sekaligus menambah wawasan mengenai pemanfaatan motion graphic dalam dunia pendidikan, khususnya dalam konteks promosi dan pemasaran.

METODE PENELITIAN

Teknik *Motion Graphic*

Motion Graphics, sebagai sebuah bidang animasi, terutama menggunakan grafis dan teks yang bergerak dan dianggap sebagai bentuk desain grafis animasi. Bidang ini menggabungkan berbagai elemen seperti tipografi, fotografi, gerakan kamera, pembuatan film, dan musik untuk menciptakan komposisi yang menarik dan dinamis (Hapsari et al. 2019). *Motion Graphics* sangat berguna untuk menjelaskan konsep kompleks atau menyederhanakan data secara visual dan menarik.

Multimedia

Multimedia, dalam konteks modern, merupakan integrasi dari berbagai bentuk media seperti teks, audio, gambar, video, dan animasi, yang digunakan untuk meningkatkan proses pembelajaran dan komunikasi (Çeken, B., Taşkın, N. 2022). Perkembangan teknologi seperti perangkat *mobile*, Web 2.0, realitas tertambah (*Augmented Reality* - AR) dan realitas maya (*Virtual Reality* - VR) telah memungkinkan penggunaan multimedia yang lebih luas dan efektif.

Iklan

Iklan didefinisikan sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku, keputusan, atau sikap audiens terhadap produk, layanan, atau ide. Dengan menggunakan berbagai media, seperti televisi, radio, cetak, media digital, dan luar ruang, iklan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, menghasilkan permintaan, atau membangun loyalitas merek (Chris Hackley 2021). Dalam era digital, iklan telah berevolusi dengan adanya internet, media sosial, dan pemasaran digital, memungkinkan target audiens yang lebih spesifik dan interaksi yang lebih langsung.

Skala Likert

Pada penelitian ini menggunakan metode skala likert. Skala Likert merupakan metode penelitian yang dirancang untuk mengukur tanggapan positif dan negatif terhadap serangkaian pernyataan, berfungsi sebagai skala bipolar. Metode ini memungkinkan responden untuk menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka dalam berbagai tingkatan, dari sangat setuju

hingga sangat tidak setuju, memberikan wawasan kuantitatif tentang sikap dan pendapat mereka.

1. Evaluasi Kualitas Konten

Menilai pendapat pemirsa mengenai kualitas visual, audio, dan storytelling dalam video animasi.

2. Pengukuran Keterlibatan Pemirsa

Memahami seberapa menarik atau menghibur video animasi bagi pemirsa, serta mengukur kemampuan video untuk mempertahankan perhatian pemirsa.

3. Feedback untuk Perbaikan

Mengumpulkan masukan spesifik dari pemirsa atau reviewer tentang aspek-aspek tertentu dari video yang bisa diperbaiki atau diubah untuk membuat konten lebih efektif.

Tahapan Pembuatan Iklan

Praproduksi

Dalam proses pra-produksi pembuatan iklan video, faktor-faktor seperti penempatan iklan dan konten yang disampaikan berperan penting dalam efektivitas iklan tersebut. Penelitian terkini menunjukkan bahwa jenis penempatan iklan, baik yang bersifat mengganggu (*disruptive*) atau tidak mengganggu (*non-disruptive*), memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi konsumen dan efektivitas iklan (Frade, et al. 2021). Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana iklan berbeda-beda efektifnya dalam berbagai jenis konten, seperti naratif dan non-naratif, serta menilai reaksi visual dan emosional penonton terhadap iklan yang ditayangkan.

Produksi

Tahap produksi pembuatan iklan video merupakan proses kunci di mana konsep dan rencana pra-produksi diwujudkan menjadi konten visual yang menarik. Proses ini melibatkan perekaman video, pengeditan, penerapan efek visual, dan penggabungan elemen audio seperti musik dan narasi. Kualitas produksi yang tinggi sangat penting untuk menciptakan iklan yang efektif dan mengesankan, memastikan bahwa pesan iklan disampaikan secara jelas dan menarik bagi audiens. Dalam konteks pemasaran digital saat ini, video yang menarik secara visual dan emosional dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat citra merek.

Dalam pembuatan iklan ini yaitu:

- a. Pembuatan bahan dan resource
- b. Pembuatan background
- c. Narasi/ Suara
- d. Animating

Pascaproduksi

Pascaproduksi adalah tahap akhir dalam proses pembuatan film atau video, di mana materi yang telah direkam diproses lebih lanjut untuk menciptakan produk akhir. Tahap ini meliputi penyuntingan video untuk mengatur urutan adegan, penggabungan efek visual dan audio, koreksi warna, dan penyesuaian suara. Pascaproduksi juga melibatkan proses penyuntingan untuk menghilangkan kekurangan, menyempurnakan alur cerita, dan

memastikan bahwa produk akhir sesuai dengan visi kreatif yang diinginkan. Kualitas pascaproduksi sangat penting untuk menjamin bahwa hasil akhirnya menarik dan memenuhi standar profesional.

Adapun tahap ini meliputi:

1. Compositing
Penggabungan seluruh elemen dalam pembuatan video iklan disebut compositing.
2. Editing
Editing dilakukan untuk mengemas hasil akhir sebuah film, mensinkronkan suara dengan visual, memberikan special effect, dan mengeksplor dalam media yang ditentukan.
3. Rendering
Merupakan proses penyatuan dari keseluruhan roject setelah mengalami tahap-tahap sebelumnya menjadi satu.

Hardware yang dibutuhkan

Table 1. Spesifikasi Minimum Adobe Collection

| Spesifikasi | Keterangan |
|-----------------------|--|
| Prosesor | Prosesor Intel multicore (dengan dukungan 64-bit) dengan SSE 4.2 atau lebih baru atau prosesor AMD Athlon 64 dengan SSE 4.2 atau lebih baru. |
| Sistem operasi | Windows 11 v22H2 dan v21H2, Windows 10 v22H2 dan v21H2 |
| RAM | RAM 8 GB (disarankan 16 GB) |
| GPU | Memiliki VRAM minimal 1 GB (disarankan 4 GB) Mendukung OpenGL versi 4.0 atau lebih tinggi. |
| Hard disk | Ruang hard disk 2 GB yang tersedia untuk instalasi; ruang kosong tambahan yang diperlukan selama instalasi; SSD direkomendasikan |

Software yang digunakan

Adobe Illustrator

Adobe Illustrator, terutama dalam rilis terbarunya hingga 2023, adalah perangkat lunak grafis vektor yang sangat canggih dan banyak digunakan oleh desainer grafis dan seniman digital (Brian Wood. 2022).. Program ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengedit karya seni digital yang kompleks dengan presisi tinggi. Adobe Illustrator menawarkan berbagai alat dan fitur seperti pembuatan logo, ilustrasi, poster, dan banyak lagi, dengan kemampuan untuk bekerja dengan gradien bebas bentuk, simbol dinamis, kuas artistik, dan efek kreatif. Program ini sangat cocok untuk pekerjaan yang memerlukan detail dan keakuratan tinggi dalam seni vektor, seperti desain logo dan grafis untuk web atau cetak.

Adobe After Effect

Adobe After Effects adalah perangkat lunak andalan untuk animasi dan efek visual yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan komposisi dinamis dan visual yang menarik Lisa Fridsma. (2023).. After Effects menyediakan alat canggih untuk *motion graphics*, compositing, dan pengeditan visual, menjadikannya pilihan utama bagi para profesional kreatif. Cocok untuk pemula dan pengguna berpengalaman, termasuk pelajaran tentang membuat dan mengoptimalkan grafis gerak, menganimasikan teks dan gambar, menyesuaikan efek, dan masih banyak lagi.

Adobe Audition

Adobe Audition adalah stasiun kerja audio profesional yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mencampur, dan mendesain efek suara dengan perangkat lunak pengeditan audio digital terbaik di industri. Dengan fitur-fitur terbaru yang tersedia, Adobe Audition menawarkan alat yang komprehensif untuk proyek audio, termasuk pengeditan multitrack, waveform, dan tampilan spektral, yang mendukung pembuatan dan pengoptimalan proyek audio untuk film, video, web, dan perangkat mobile.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praproduksi

Ide

Inti dari konsep ini adalah mengembangkan ide-ide kreatif dan rekomendasi untuk menciptakan konten iklan yang efektif. Tujuannya adalah untuk menghasilkan iklan yang tidak hanya menarik secara visual dan auditif, tetapi juga mampu menyampaikan pesan merek dengan jelas, sehingga memotivasi audiens untuk bertindak sesuai dengan harapan. Proses kreatif ini mencakup pemilihan tema, penentuan pesan utama, dan pengembangan elemen visual serta naratif yang akan digunakan, semuanya dirancang untuk memaksimalkan pengaruh iklan terhadap target pasar.

Naskah

Naskah iklan ini dirancang berdasarkan ide kreatif yang telah dikembangkan sebelumnya, diubah menjadi kalimat-kalimat yang membangun narasi atau cerita dalam iklan. Kalimat-kalimat ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas tentang apa yang akan disampaikan dalam iklan, menggambarkan situasi, menghidupkan karakter, dan menyampaikan pesan utama kepada audiens. Proses ini penting dalam menentukan tone dan gaya iklan, memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens dan memicu mereka untuk bertindak sesuai dengan tujuan iklan.

Storyboard

Storyboard adalah alat vital dalam proses pembuatan iklan, berfungsi sebagai panduan visual tahapan produksi. Melalui gambar dan anotasi, storyboard menggambarkan urutan adegan, transisi, dan interaksi karakter, memastikan semua elemen produksi bergerak sesuai rencana. Penggunaannya memudahkan komunikasi dan koordinasi antartim, mengurangi risiko kesalahpahaman, dan memastikan visi kreatif terwujud dengan efektif. Dengan

demikian, storyboard tidak hanya memperjelas arah cerita iklan tetapi juga mempermudah pengambilan keputusan teknis selama produksi.



Gambar 1. Ilustrasi Storyboard

Produksi

Pembuatan Bahan

Pembuatan materi iklan menggunakan Adobe Illustrator memungkinkan kreasi gambar dan ikon berkualitas tinggi yang akan ditampilkan dalam iklan. Software ini mendukung desainer dalam mengembangkan elemen visual menarik yang memperkuat pesan iklan, memastikan tampilan akhir yang profesional dan sesuai dengan tujuan pemasaran.

Pembuatan Background

Pembuatan background iklan menggunakan Adobe Illustrator memungkinkan desainer untuk menciptakan gambar latar yang kaya detail dan visual menarik. Software ini menyediakan berbagai alat desain untuk menghasilkan background yang sesuai dengan tema iklan, memastikan kesan pertama yang kuat dan meningkatkan daya tarik visual iklan secara keseluruhan.

Pembuatan Sound/Narasi

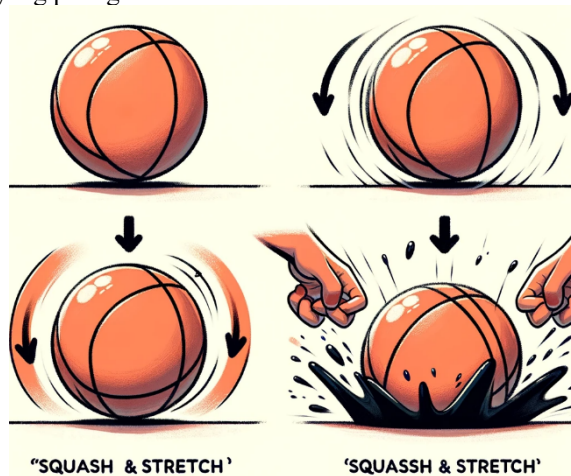
Pembuatan narasi untuk iklan kini dapat dilakukan dengan menggunakan Adobe Audition 2023, sebuah software pengolah suara canggih. Program ini memungkinkan pengguna untuk merekam, mengedit, dan menggabungkan trek audio dengan kualitas tinggi, memberikan kebebasan dalam menciptakan narasi yang jelas dan menarik yang dapat meningkatkan efektivitas iklan.

Pembuatan Animasi

Dalam pembuatan animasi, sangat penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip animasi yang telah ditetapkan. Prinsip seperti Squash and Stretch, Anticipation, dan Follow Through memberikan kehidupan dan realisme pada karakter dan adegannya. Mengaplikasikan prinsip ini dengan tepat memastikan animasi bergerak secara alami, menarik, dan dapat menyampaikan emosi serta cerita dengan efektif kepada penonton. Berikut prinsip animasi yang harus dipenuhi saat melakukan animasi :

Squash and Stretch

Squash and Stretch adalah salah satu prinsip dasar animasi yang memberikan ilusi berat dan volume kepada karakter atau objek yang bergerak. Prinsip ini melibatkan perubahan bentuk objek—menyempit (stretch) saat bergerak cepat dan menggelembung (squash) saat berhenti atau bergerak lambat—untuk menunjukkan kecepatan dan dampak gerakan. Teknik ini menambah dinamisme dan ekspresivitas pada animasi, membuatnya terasa lebih hidup dan realistis. Squash and Stretch penting untuk memberikan perasaan fleksibilitas dan kehidupan pada animasi, menjadikannya salah satu teknik animasi yang paling fundamental.



Gambar 2. Ilustrasi Squash and Stretch dalam prinsip animasi

Anticipation

Anticipation dalam animasi adalah prinsip yang menekankan pada pembuatan gerakan awal atau pose sebelum aksi utama terjadi. Tujuannya adalah untuk memberitahu penonton tentang apa yang akan terjadi selanjutnya, sehingga meningkatkan pemahaman dan realisme gerakan. Misalnya, sebelum karakter melompat, mereka akan membungkuk terlebih dahulu. Anticipation tidak hanya mempersiapkan penonton secara visual, tetapi juga meningkatkan kekuatan dan dampak aksi yang sebenarnya. Teknik ini penting untuk memberikan alur yang logis dan menyeluruh dalam animasi.



Gambar 3. Ilustrasi Antisipasi dalam prinsip animasi

Staging

Staging dalam animasi adalah prinsip yang mengatur komposisi dan pengaturan adegan untuk memastikan elemen penting dalam cerita atau aksi mendapat fokus yang tepat. Prinsip ini melibatkan penggunaan latar, pencahayaan, dan sudut kamera untuk memandu perhatian penonton ke aspek-aspek kunci dari adegan tersebut. Staging membantu dalam menyampaikan ide, emosi, atau narasi dengan jelas dan efektif, memastikan bahwa tidak ada unsur penting yang hilang atau terganggu oleh elemen lain. Efektifnya staging sangat penting dalam mengkomunikasikan pesan dan memperkuat cerita dalam animasi.

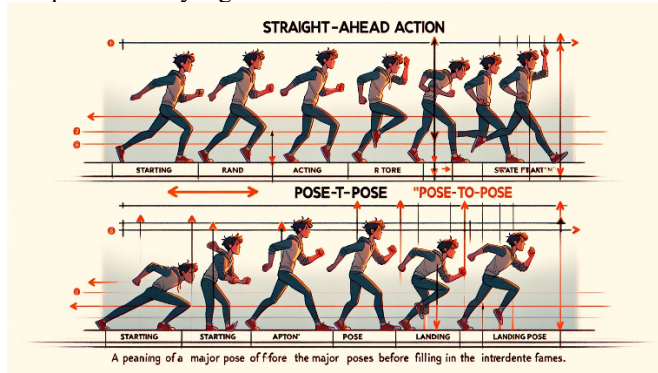


Gambar 4. Ilustrasi Prinsip Animasi Staging

Straight - ahead action dan pose - to - pose

Straight-Ahead Action dan Pose-to-Pose adalah dua teknik berbeda dalam animasi. Straight-Ahead Action melibatkan menggambar adegan secara berurutan dari awal hingga akhir, menciptakan gerakan yang lebih fluid dan spontan. Sebaliknya, Pose-to-Pose melibatkan merencanakan dan menggambar

pose utama terlebih dahulu, kemudian mengisi gerakan di antaranya. Teknik ini memungkinkan kontrol yang lebih besar atas keseluruhan komposisi dan timing adegan, membuatnya ideal untuk adegan yang kompleks atau memerlukan ekspresi emosi yang detail.



Gambar 5. Straight - Ahead Action dan Pose - To - Pose

Folow - Through dan Overlaving Action

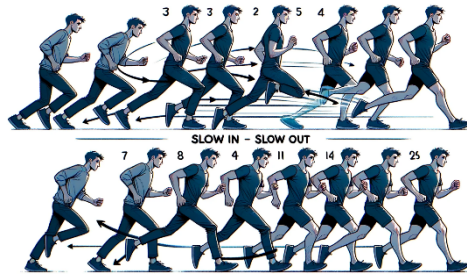
Follow-Through dan Overlapping Action adalah prinsip animasi yang menggambarkan bagaimana bagian-bagian dari suatu objek atau karakter bergerak pada waktu dan kecepatan yang berbeda. Follow-Through menggambarkan gerakan yang terjadi setelah aksi utama, seperti rambut yang terus bergerak setelah karakter berhenti. Overlapping Action adalah saat bagian-bagian yang berbeda dari sebuah objek bergerak pada kecepatan yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Kedua prinsip ini menambah realisme dan dinamisme, mencegah gerakan yang terlihat terlalu mekanis atau kaku.



Gambar 6. Ilustrasi Folow - Through dan Overlaving Action

Slow in – Slow out

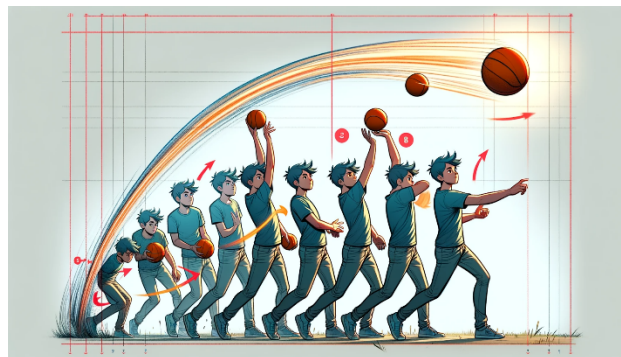
Slow In – Slow Out adalah prinsip animasi yang menjelaskan bagaimana kecepatan gerakan karakter atau objek berubah seiring waktu. Prinsip ini menggambarkan bahwa gerakan biasanya dimulai dan diakhiri secara lambat, dengan percepatan di tengah. Ini menciptakan ilusi berat dan momentum alami, seolah-olah objek tersebut bergerak sesuai dengan hukum fisika. Teknik ini menambah fluiditas dan realisme pada animasi, menghindari gerakan yang terkesan tiba-tiba atau mekanis, serta membantu mengekspresikan karakter gerakan yang lebih hidup dan alami.



Gambar 7. Slow In – Slow Out

ARCS

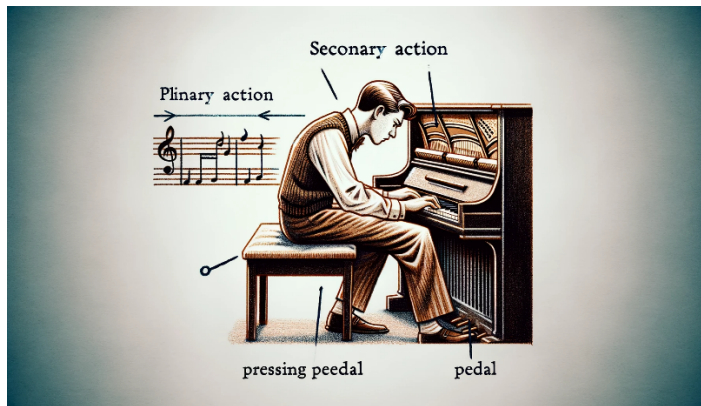
Arcs dalam animasi merujuk pada prinsip bahwa semua gerakan alami cenderung mengikuti jalur melengkung atau busur. Dalam animasi, menggambar gerakan objek atau karakter mengikuti jalur melengkung membantu menciptakan ilusi gerakan yang lebih realistis dan alami. Hal ini dikarenakan di dunia nyata, gerakan fisik jarang berlangsung dalam garis lurus. Menggunakan arcs tidak hanya meningkatkan realisme, tetapi juga menambah estetika dan kehalusan pada animasi. Arcs sangat penting dalam memberikan karakter dan fluiditas pada gerakan, membuatnya terasa lebih dinamis dan hidup.



Gambar 8. Ilustrasi ARCS

Secondary Action

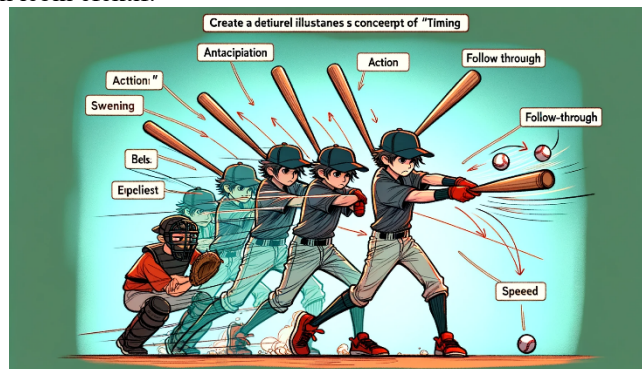
Secondary Action dalam animasi adalah gerakan tambahan yang terjadi bersamaan dengan aksi utama untuk menambah kedalaman dan realisme pada karakter atau objek. Aksi sekunder ini tidak mengalihkan perhatian dari aksi utama, tetapi justru menambah lapisan detail dan kompleksitas. Misalnya, ketika karakter berbicara, gerakan mengangguk atau ekspresi wajah dapat bertindak sebagai aksi sekunder. Ini memperkaya karakter dan menghidupkan adegan, memberikan konteks tambahan dan kedalaman emosional, serta membantu menciptakan dunia animasi yang lebih kredibel dan terpadu.



Gambar 9. Ilustrasi Secondary Action

Timing

Timing dalam animasi adalah prinsip yang menentukan kecepatan dan durasi dari setiap aksi dan gerakan dalam sebuah animasi. Timing yang baik adalah kunci untuk menciptakan gerakan yang terasa alami dan ekspresif. Prinsip ini mempengaruhi bagaimana penonton merasakan berat, kecepatan, dan emosi dari karakter atau objek. Misalnya, gerakan yang cepat dapat menunjukkan kegembiraan atau kekhawatiran, sementara gerakan yang lebih lambat dapat menunjukkan kelelahan atau berat. Timing yang tepat memungkinkan animator untuk mengkomunikasikan nuansa dan substansi cerita dengan lebih efektif.



Gambar 10. Ilustrasi Timing

Exaggeration

Exaggeration dalam animasi adalah prinsip yang melibatkan peningkatan atau penguatan aspek tertentu dari karakter, aksi, atau elemen visual untuk menciptakan efek yang lebih dramatis dan menarik. Teknik ini digunakan untuk menambahkan ekspresi yang lebih kuat, gerakan yang lebih dinamis, atau karakteristik yang lebih menonjol. Exaggeration membantu dalam menyampaikan emosi, menekankan poin penting, dan memperkuat pesan cerita. Dalam konteks ini, berlebihan bukan berarti tidak realistis, tetapi lebih kepada memperkuat realitas dalam konteks animasi untuk menciptakan koneksi yang lebih dalam dengan penonton dan memperkuat dampak visual.



Gambar 11. Ilustrasi Exaggeration

Solid Drawing

Solid Drawing dalam animasi adalah prinsip yang menekankan pentingnya menggambar dengan pemahaman yang kuat tentang dasar-dasar bentuk, proporsi, berat, keseimbangan, dan anatomi. Prinsip ini memastikan bahwa objek dan karakter animasi memiliki struktur tiga dimensi yang kredibel, walaupun digambar di medium dua dimensi. Hal ini mencakup penggunaan perspektif yang akurat, pencahayaan yang koheren, dan penggambaran volume yang realistis. Solid Drawing memungkinkan animasi terlihat lebih kokoh dan hidup, dengan karakter yang bergerak dan berinteraksi di ruang yang tampak nyata. Teknik ini adalah kunci untuk menciptakan karya animasi yang terasa autentik dan meyakinkan.



Gambar 12. Ilustrasi Solid Drawing

Appeal

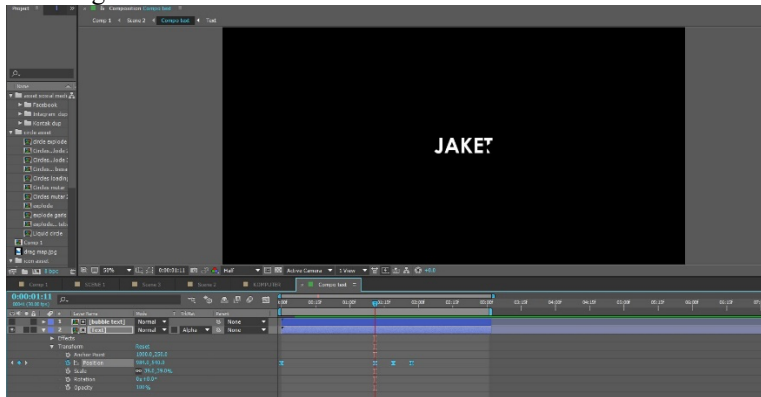
Appeal dalam animasi merujuk pada daya tarik atau kharisma karakter atau elemen visual yang membuat mereka menarik bagi penonton. Ini bukan hanya tentang membuat karakter yang cantik atau menarik secara fisik, tetapi lebih pada penciptaan karakter yang memiliki kepribadian, keunikan, dan ekspresivitas yang kuat. Seorang karakter dengan appeal yang tinggi dapat membangkitkan empati dan minat, membuat penonton lebih terhubung dengan cerita. Appeal dapat dicapai melalui desain karakter, ekspresi, gerakan, dan juga cara karakter tersebut berinteraksi dengan lingkungannya, semua memberikan kontribusi untuk menciptakan koneksi emosional dengan penonton.



Gambar 13. Ilustrasi Appeal

Pasca Produksi Editing

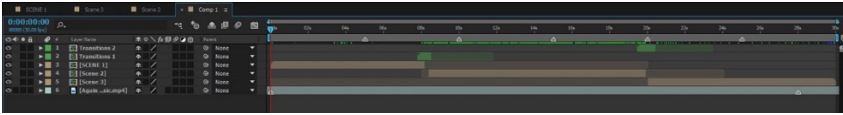
Proses editing pada iklan ini melibatkan animasi gambar yang diubah menjadi video motion graphic. Ini adalah teknik kreatif untuk memberikan dinamika dan gerakan pada elemen visual, menciptakan pengalaman menonton yang lebih interaktif dan menarik. Teknik ini memungkinkan gambar statis bertransformasi menjadi narasi visual yang dinamis, meningkatkan keterlibatan audiens dengan iklan.



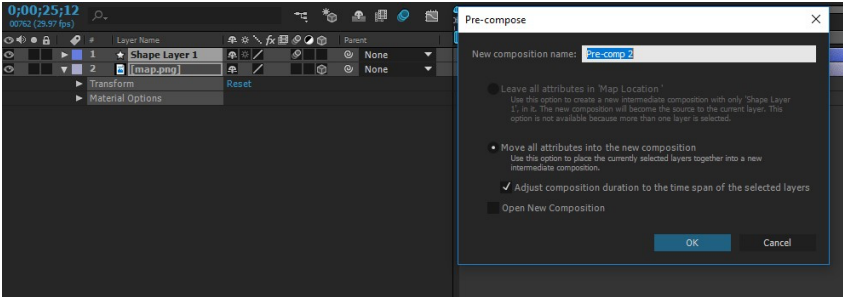
Gambar 14. Proses Editing

Compositing

Menggabungkan background dan gambar pada semua *Scene* menggunakan Adobe *After Effects* 2023 memfasilitasi kustomisasi video dengan tingkat detail tinggi. Software ini memungkinkan pengaturan jenis video, ukuran, dan durasi sesuai kebutuhan, menyediakan alat yang kuat untuk menciptakan komposisi visual yang kohesif dan dinamis, meningkatkan kualitas produksi iklan secara keseluruhan.



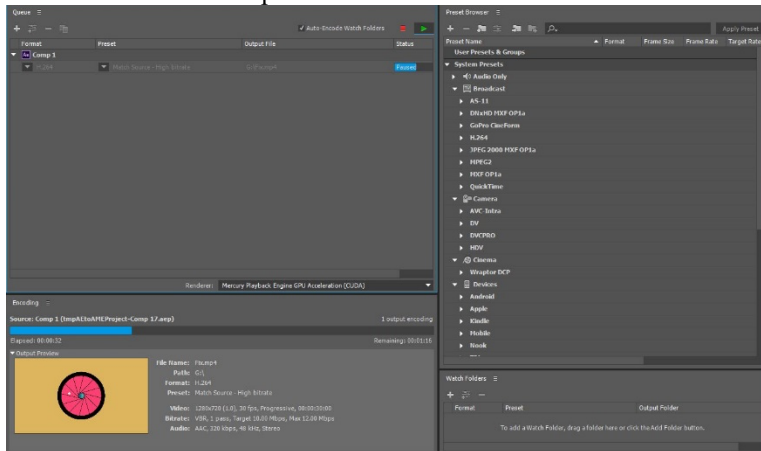
Gambar 15. Ilustrasi saat Compositing menggabungkan semua bahan yang sudah dibuat



Gambar 16. Precompos guna menggolongkan antar Compos

Rendering

Proses akhir pembuatan iklan ini adalah rendering, yaitu tahap di mana komposisi video motion graphic yang telah diedit dikonversi menjadi format file video tertentu. Tahap ini penting untuk memastikan video dapat diputar di berbagai platform atau media dengan kualitas yang optimal, sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan, termasuk resolusi dan format file yang sesuai untuk distribusi atau publikasi.



Gambar 17. Proses Rendering

PENUTUP Kesimpulan

Proses pembuatan iklan motion graphic melibatkan tiga tahap utama: praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, yang semuanya terkait erat satu sama lain. Pada tahap praproduksi, perencanaan mendalam dilakukan,

termasuk pengembangan storyboard. Storyboard sangat penting karena menetapkan alur cerita iklan, memandu seluruh tim melalui tahapan produksi. Menyusun storyboard yang terstruktur dengan baik memastikan proses produksi berjalan lancar, memungkinkan visualisasi yang efektif dari konsep awal hingga hasil akhir.

Saran

Untuk peningkatan video di masa depan, diharapkan kualitas audio dapat ditingkatkan dengan penataan yang lebih baik, menghindari tumpang tindih suara yang dapat mengganggu pendengaran. Selain itu, promosi video melalui media sosial diharapkan dapat dilakukan secara lebih efektif, memanfaatkan platform iklan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan, meningkatkan visibilitas dan engagement dengan target pasar.

Daftar Pustaka

- Brian Wood. (2022). Adobe Illustrator Classroom in a Book 1st Edition, Adobe Press, ISBN: 9780137967407
- Çeken, B., Taşkın, N. 2022, Multimedia learning principles in different learning environments: a systematic review. Smart Learn. Environ. 9, <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00200-2>
- Chris Hackley. (2021). Advertising: Concept and Cases, United Kingdom, Royal Holloway University of London ISBN: 9781529756142
- Frade, João Lucas & Oliveira, Jorge & Giraldo, Janaina. (2021). Advertising in streaming video: An integrative literature review and research agenda. Telecommunications Policy. 45. 102186. 10.1016/j.telpol.2021.102186.
- Hapsari et al. (2019). Motion graphic animation videos to improve the learning outcomes of elementary school students, European Journal of Educational Research, 8(4) 1245-1255
- Lisa Fridsma. (2023). Adobe After Effects Classroom in a Book 1st Edition, Adobe Press, ISBN: 9780137982691
- Maxim Jago (2018). Adobe Audition CC Classroom in a Book 2st Edition, Adobe Press, ISBN: 9780135228326