

# Implementasi Teknik *Motion Graphics* pada Video Promosi Sanggar Senam Anamedy Menggunakan Metode *Research and Development*

Ahmad Sandi Syahputra<sup>1</sup>, Miftakul Amin<sup>2</sup>, Ema Laila<sup>3</sup>

Program Studi Teknologi Informatika Multimedia Digital, Jurusan Teknik Komputer,  
Jurusan Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya,  
Palembang

e-mail: [ahmadsandisyahputra24@gmail.com](mailto:ahmadsandisyahputra24@gmail.com)

## Abstrak

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan modern seperti sekarang ini, video promosi berbasis motion graphic menjadi salah satu sarana yang dapat memberikan keunggulan dalam menarik perhatian target pasar. Kemampuan dalam menggabungkan elemen visual, teks bergerak, dan animasi memberikan dimensi tambahan pada komunikasi merek. Artikel ini mendiskusikan bagaimana motion graphic mampu menciptakan narasi visual yang kuat, membangun emosi, dan menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang lebih ringkas dan mudah dimengerti. Dalam penelitian ini, penulis menciptakan video promosi berbasis motion graphic sebagai sarana promosi untuk menarik perhatian masyarakat dengan durasi 3 menit 30 detik dengan format mp4. Adapun metode pengembangan yang digunakan adalah metode *Research and Development* dengan model PPE atau (*Planning, Production, Evaluation*). Dari hasil pengujian ahli materi dan ahli media didapatkan nilai indeks leboh dari 0,67 sehingga dapat dikategorikan Tinggi/Valid sehingga layak untuk digunakan.

**Kata kunci**—*Motion Graphic, Metode R&D, Media Promosi, PPE*

## Abstract

In today's increasingly competitive and modern business environment, motion graphic-based promotional videos are a tool that can provide an advantage in attracting the attention of the target market. The ability to combine visual elements, moving text, and animation provides an added dimension to brand communications. This article discusses how motion graphics are able to create strong visual narratives, build emotions, and convey complex messages in a more concise and easy to understand way. In this research, the author created a motion graphic-based promotional video as a promotional tool to attract public attention with a duration of 3 minutes 30 seconds in mp4 format. The development method used is the *Research and Development* method with the PPE model or (*Planning, Production, Evaluation*). From the results of testing by material experts and media experts, an index value of more than 0.67 was obtained, so it can be categorized as High/Valid, making it suitable for use.

**Keywords**— *Motion Graphic, R&D Method, Media Promotion, PPE*

## 1. PENDAHULUAN

UKM atau yang sering dikenal dengan Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa setidaknya ada 99,5% tenaga kerja Indonesia yang bekerja di bidang UKM [1]. Pemasaran dengan cara konvensional memerlukan biaya yang tinggi, misalnya membuka cabang baru,

mengikuti pameran, membuat dan mendistribusikan brosur, dll. Perkembangan internet telah menjadi sarana yang efektif untuk membuka saluran pemasaran

baru bagi produk UKM. Selain biaya yang relatif murah, dengan menggunakan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas [2].

Kebijakan pemerintah terhadap UKM dituangkan dalam sejumlah peraturan perundang-undangan pemerintah, salah satunya adalah Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Salah satu UKM yang sedang dalam pengembangan adalah Sanggar Senam Anamedy. Sanggar Senam Anamedy merupakan usaha di bidang olahraga yang digunakan oleh masyarakat atau kelompok masyarakat untuk melakukan kegiatan senam Aerobik, Line Dance, Zumba, dan sejenisnya. Lokasi sanggar senam ini berada di Jalan Palembang, Kenten Laut. Lokasinya sangat strategis, namun masih banyak orang yang belum mengetahuinya karena kurangnya sarana promosi yang menarik. Berdasarkan latar belakang tersebut, Sanggar Senam Anamedy saat ini belum begitu dikenal masyarakat luas khususnya di Palembang, karena belum promosi iklan yang efektif. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, Maka diperlukan sebuah media promosi yang informatif dan komunikatif untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar dapat mengenal sanggar senam anamedy dalam bentuk *Video Motion Graphics*.

*Motion grafis* merupakan salah satu cabang ilmu desain yang melibatkan elemen desain seperti bentuk, ukuran, dan tekstur yang sengaja digerakkan atau diberi gerakan. Salah satu metode penyampaian informasi yang banyak digunakan saat ini adalah animasi, dalam hal ini animasi motion grafis. Selain itu, *motion grafis* diyakini mampu menarik perhatian masyarakat dari segala usia, dan penyebarannya dapat dengan mudah dibagikan melalui media sosial sehingga bisa populer dengan cepat dan merata di Indonesia dan negara lain. Dalam hal ini informasi mengenai video promosi dapat tersampaikan secara akurat. Membuat video promosi dengan menggunakan media berupa *motion grafis*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode yang bertujuan agar proses kerja terstruktur dengan baik. Metode yang digunakan adalah metode penelitian dan pengembangan. Dengan menggunakan metode penelitian dan pengembangan, diharapkan hasil penelitian ini akan terstruktur dan terorganisir, serta *motion grafis* yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dikomunikasikan dan dipromosikan secara jelas dan terstruktur. Melalui berbagai media promosi dan *platform* media.

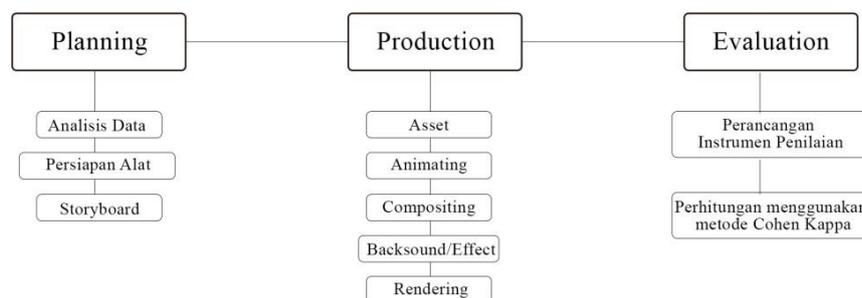
Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa 99,5% tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang UKM. Sanggar Senam Anamedy saat ini belum begitu dikenal masyarakat luas khususnya di Palembang, karena belum promosi iklan yang efektif. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, Maka diperlukan sebuah media promosi yang informatif dan komunikatif untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar dapat mengenal sanggar senam anamedy dalam bentuk *Video Motion Graphics*. *Motion Graphics* adalah salah satu cabang ilmu desain, dimana dalam *motion graphics* terdapat elemen desain seperti bentuk, ukuran, tekstur di dalamnya, yang sengaja dipindahkan atau diberi Gerakan [3]. Salah satu cara penyampaian informasi yang saat ini banyak digunakan adalah animasi, dalam hal ini adalah animasi *motion graphic*. Selain itu, *motion graphic* dinilai mampu menarik masyarakat segala usia, dan penyebarannya dapat dengan mudah dibagikan melalui media sosial sehingga dapat menyebar dengan cepat dan merata di Indonesia maupun negara lain [4].

Dalam hal ini agar informasi mengenai video promosi dapat tersampaikan dengan benar. Penulis membuat video promosi dengan menggunakan media berupa *Motion Graphic*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan salah satu metode yang bertujuan agar proses kerja terstruktur dengan baik. Metode yang digunakan adalah metode *Research and Development*. Dengan menggunakan metode *Research and Development* diharapkan hasil penelitian ini dapat

terstruktur dan tertata dengan baik, sehingga *Motion Graphics* yang dihasilkan dari penelitian ini dapat ditransmisikan secara jelas dan terstruktur, serta dapat dipromosikan di berbagai media promosi, dan platform media [5, 6].

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan model pengembangan PPE (Planning, Production, Evaluation) yang dikembangkan [7], Dalam perancangan *motion graphic* pada video promosi Sanggar senam Anamedy ini, ada 3 tahapan antara lain Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Pada tahap perancangan ini menggunakan metode *Research and Development* dengan model pengembangan PPE (*Planning, Production, Evaluation*). Tahap-tahap perancangan *Research and Development* dengan model pengembangan PPE seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Bagan Produksi**

### 1. Analisis Data

Pada tahapan Analisis data ini memiliki beberapa tahapan yaitu, Pengumpulan Ide, Konsep, Lokasi, dan Sumber data, seperti yang dijelaskan di bawah ini :

#### A. Pengumpulan Data

##### 1) Ide

Pada tahapan ini yaitu menentukan ide sesuai judul yang dibuat yaitu “Implementasi Teknik *Motion Graphic* Pada Video Promosi Sanggar senam Anamedy Menggunakan Metode *Research and Development*” yang berisi konten yang meliputi penjelasan mengenai Sanggar senam Anamedy contohnya menjelaskan apa saja fasilitas yang disediakan di tempat tersebut.

##### 2) Konsep

Berikut ini merupakan deskripsi dari konsep video promosi berbasis *motion graphic* yang akan penulis buat.

**Tabel 1. Deskripsi Konsep**

Konsep	Keterangan
Judul	Sanggar Senam Anamedy
Jenis	Media Promosi berbasis <i>Motion Graphic</i>
Target Audiens	Masyarakat Umum dari semua kalangan
Ide Cerita	Informasi mengenai Sanggar senam Anamedy

##### 3) Lokasi

Objek dari penelitian ini adalah Sanggar senam Anamedy yang berlokasi di Perumahan Kenten Azhar, Palembang.

##### 4) Sumber Data

Setiap penelitian pasti memerlukan sebuah data untuk memecahkan suatu permasalahan yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, terdapat dua sumber data antara lain :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dihasilkan dari sumber data pertama di lokasi penelitian, data ini diperoleh dari wawancara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan observasi langsung mengenai data produk terutama tentang sejarah, fasilitas yang ada di Sanggar senam Anamedy maupun data lainnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari luar objek penelitian, biasanya data dikumpulkan berupa foto-foto ataupun dokumen yang mendukung hipotesa yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan yaitu dengan mengambil footage berupa foto dan video langsung ke lokasi penelitian.

c. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses yang berfokus pada pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan.

d. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan menyusun kumpulan informasi, sehingga menarik kesimpulan dan memberikan kemungkinan untuk mengambil tindakan. Format penyajian data kualitatif dapat berupa teks deskriptif berupa catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, bagan, dan lain-lain.

e. Kesimpulan

Kesimpulan diambil setelah seluruh data yang diperlukan telah terkumpul dan bukti-bukti pendukung telah diperoleh melalui proses sebelumnya.

### ***Prinsip dan Tahapan Motion Graphic***

Prinsip dan tahapan grafis gerak yang digunakan bertujuan untuk memandu pemirsa pada pesan dan membantu mereka memahami informasi terpenting yang ingin disampaikan oleh desain. Perbedaan yang jelas antara informasi primer dan informasi lainnya menunjukkan organisasi visual yang kuat. Prinsip pembuatan grafis gerak meliputi komposisi, bingkai, aliran, transisi, tekstur, suara, emosi, dan inspirasi. Selain itu, pembuatan grafis gerak melibatkan beberapa tahapan :

1. Konsep Awal

Konsep awal merupakan apa yang akan diceritakan video tersebut dan mengidentifikasi sebuah ide yang akan ditonton oleh penonton dengan menggambarkan point-point yang membantu.

2. Penulisan *Script*

Dimulai dengan uraian naratif kasar cerita, yang diterjemahkan ke dalam objek visual, gerak, narasi, efek suara, dan musik. Waktu sangat terbatas dalam video. Semakin pendek semakin baik. 30 detik adalah waktu yang tepat untuk menyampaikan pesan Anda, 60 detik baik-baik saja, dan 90 detik umumnya disarankan untuk menyampaikan pesan Anda. Hal ini penting untuk diingat karena waktu dalam video sangat terbatas. Dengan kata lain, semakin pendek semakin baik. Sangat bagus jika Anda dapat menyampaikan pesan Anda dalam 30 detik, 60 detik dapat diterima, namun 90 detik adalah waktu maksimum yang disarankan untuk menyampaikan pesan.

3. *Storyboard*

*Storyboard* merupakan langkah awal dalam menciptakan visual dan suara berdasarkan korespondensi naskah. Penggambaran semua momen yang diperlukan dalam sebuah naskah, yang dikenal sebagai "bingkai gaya". Selanjutnya, tulis deskripsi singkat

tentang adegan tersebut dan narasi, audio, atau teks apa pun yang diperlukan untuk momen tersebut.

#### 4. *Sound (Voiceover, Musik dan Sound Effects)*

*Sound* melibatkan proses casting yang mirip dengan memilih aktor untuk acara televisi. Aktor mengikuti audisi dengan merekam suara mereka saat membaca naskah. Suara seorang aktor dapat dibaca berulang kali, dengan perubahan intonasi, suasana hati, dan ketebalan suara.

#### 5. *Animation*

Selama proses animasi ini, semua bagian mulai bersatu. Animator mencoba menganimasikan satu atau dua gaya gambar melalui gaya visual yang ditentukan. Ini adalah draf kasar sehingga Anda bisa mendapatkan masukan dan meminimalkan jumlah revisi di kemudian hari sebelum karya animasi sebenarnya selesai. Maka animasi akan tercipta sepenuhnya.

### **Kegunaan *Motion Graphic***

Menurut [4]. *Motion graphic* dapat digunakan dalam berbagai macam jenis dan tujuan, misalnya:

#### 1. Konten Media Sosial

Banyak sekali hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, entah itu mencari informasi atau sekadar mencari hiburan. Menambahkan grafik gerak ke konten ini akan menarik lebih banyak orang.

#### 2. *Storytelling*

*Motion grafis* memegang peranan penting dalam storytelling (menceritakan sebuah cerita). Perancang gerak dapat menggunakan kreativitas mereka untuk menceritakan kisah secara dinamis dan menyempurnakannya dengan efek animasi..

#### 3. *Video brand*

Kini banyak perusahaan yang menggunakan motion graphic dalam melakukan branding. Tidak hanya itu, namun digunakan juga untuk membuat logo dan iklan produk.

#### 4. *Video instruksional*

Video instruksional akan lebih efektif serta mudah diingat, bila dibuat menggunakan motion graphic. Para audiens pun akan lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.

#### 5. *Video klip*

Di dunia hiburan, motion graphic sering diimplementasikan dalam pembuatan video klip. Contoh seperti dalam pengantar judul atau intro.

#### 6. *Video penjelasan*

Video yang berisi penjelasan tentang konsep atau ide tertentu juga memanfaatkan motion graphic di dalamnya. Contoh video penjelasan seperti tutorial dan visualisasi data.

Suatu promosi merupakan bentuk komunikasi marketing . dengan pengertian komunikasi marketing ialah suatu kegiatan pemasaran yang berupaya untuk mempengaruhi , spread information , serta memberikan notice kepada target pasar atas produk yang dijual dengan tujuan mampu menerima , mengkonsumsi , dan setia pada produk tersebut (Tjiptono, 2015) [5].

Setiap perusahaan yang melakukan sesuatu kegiatan tentu mempunyai tujuan. Demikian juga, perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan utamanya untuk mencari laba. pada umumnya kegiatan promosi harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut [6, 7] :

#### 1. Modifikasi tingkah laku

Kegiatan promosi bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan menciptakan kesan positif terhadap produk dan mendorong mereka untuk membeli produk tersebut,

sehingga membuat konsumen yang tadinya tidak menerima produk menjadi loyal terhadap produk tersebut.

2. Memberitahu

Kegiatan promosi yang memberikan informasi kepada pasar sasaran tentang harga, kualitas, kebutuhan pembeli, kegunaan, dan fitur suatu produk untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

3. Membujuk

Kegiatan promosi yang membujuk konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk yang Anda tawarkan. Perusahaan mengutamakan penciptaan kesan positif pada konsumen sehingga promosi dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap perilaku pembeli.

4. Mengingat

Kegiatan promosi ini bersifat pengingat dan dilakukan untuk mengingat merek produk di benak masyarakat serta mempertahankan pembeli untuk melanjutkan transaksi pembelian.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pengujian

Setelah pembuatan selesai dilaksanakan dan menghasilkan sebuah media informasi baru berbasis *motion graphic* pada video promosi Sanggar senam Anamedy, tahapan selanjutnya yang harus ditempuh yaitu dengan melakukan pengujian terhadap video itu sendiri. Pengujian dilakukan dengan cara penyebaran instrumen penilaian untuk para ahli. Dan penyebaran instrumen penilaian ini terbagi menjadi dua yaitu penyebaran instrumen penilaian untuk ahli media serta ahli materi.

#### 3.2. Pengujian Kualitas Data

Pada tahap pengujian ini dibagi 2 penilaian Ahli (*expert*) yakni Penilaian Ahli Media dan Penilaian Ahli Materi pada pengujian ini penulis menggunakan instrumen penilaian pengembangan video promosi berbasis *motion graphic* pada ahli media. Validasi ahli materi dapat dilaksanakan dengan cara mengisi lembaran angket dari tiap aspek penilaian memiliki 2 aspek dan tiap aspek memiliki indikator dan pertanyaan yang akan diisi oleh 2 orang ahli media. Angket digunakan sebagai pedoman atau kisi-kisi yang akan dipelajari. Pedoman atau kisi-kisi yang diambil dalam penelitian ini didapat dari jurnal [8]. Pengujian dilaksanakan pada tanggal 28 juli 2023 hingga 1 Agustus 2023. Pengujian terhadap para ahli, bertujuan untuk mengetahui apakah video promosi berbasis *motion graphic* yang telah dibuat sudah layak digunakan atau belum.

1. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruk ahli (*expert judgement*). Alat tersebut mencakup aspek-aspek yang telah dikembangkan berdasarkan bukti teoritis dan dikonsultasikan dengan para ahli. Dalam penelitian ini penulis menggunakan indeks *Cohen-Kappa* untuk menentukan nilai uji validitas dan instrumen validasi untuk melakukan evaluasi berdasarkan acuan/aspek indikator yang termasuk dalam instrumen validasi [9].

2. Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2006) Dalam Jurnal Sukoco (2020) [12], uji reliabilitas adalah proses mengukur instrumen terhadap ketepatan, angket dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menyangkut tingkat konsistensi jawaban ketika

diuji berulang kali pada sampel yang berbeda. Fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *kappa cohen* sebagai berikut :

$$K = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e}$$

Keterangan :

K = Moment Kappa

$P_o$  = *Observed Agreement* yaitu proporsi yang terealisasi, dihitung dengan cara jumlah nilai yang diberikan validator dibagi jumlah nilai maksimal

$P_e$  = *Expect Agreement* yaitu proporsi yang tidak terealisasi, dihitung dengan cara jumlah nilai maksimal dikurangi dengan jumlah nilai total yang diberi validator dibagi jumlah nilai maksimal

**Tabel 2.** Kategori Keputusan berdasarkan Moment Kappa

Interval	Kategori
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,61 - 0,80	Tinggi
0,41 - 0,60	Sedang
0,21 - 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
$\leq 0,00$	Tidak Efektif

(Sumber : *Practical statistics for medical research* – Altman, 1991)

#### a. Hasil Uji Statistik *Cohen Kappa* Ahli Media

**Tabel 3.** Hasil Expert Judgment Ahli Media

Pertanyaan n	Rater (Ahli)		Hasil Selisih	P e	P o
	Rater 1	Rater 2			
1	4	4	0	<b>0,26</b>	<b>0,74</b>
2	4	4	0		
3	3	4	-1		
4	3	4	-1		
5	4	3	-1		

Maka jumlah nilai dari para ahli media yang menjawab “4 = “Baik” total ada 8. Yang menjawab “3 = “Cukup” total ada 2. Sehingga didapatkan jumlah nilai dari para validator yaitu “37” . jumlah nilai maksimal dari instrumen validator yaitu “50”. Setelah semua data didapatkan maka selanjutnya melakukan analisis terakhir dengan perhitungan sebagai berikut:

$$K = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e}$$

Keterangan :

$K$  = Moment Kappa yang menentukan validitas produk

$P_o$  = Jumlah nilai yang menentukan validator

Jumlah nilai maksimal

$P_e$  = Jumlah nilai maksimal – jumlah yang diberikan validator

Jumlah nilai maksimal

Hasilnya :

$$P_o = \frac{37}{50} = 0,74$$

$$P_e = \frac{50-37}{50} - \frac{13}{50} = 0,26$$

$$K = \frac{0,74-0,26}{1-0,26} - \frac{0,50}{0,74} = 0,67$$

Hasil yang di dapat ialah 0,67 maka keputusan yang bisa di ambil oleh Ahli media video promosi berbasis motion graphic ini sudah “Valid”, Adapun persentasi/keputusan nilai berdasarkan Moment Cohen Kappa seperti yang ada di tabel 4:

**Tabel 4.** Kategori Keputusan berdasarkan *Moment Cohen Kappa*

Interval	Kategori
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,41 - 0,60	Sedang
0,61 - 0,80	Tinggi
0,21 - 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
$\leq 0,00$	Tidak Efektif

(Sumber : *Practical statistics for medical research* – Altman, 1991)

**b. Hasil Uji Statistik *Cohen's Kappa* Ahli Materi**

**Tabel 5.** Hasil Expert Judgment Ahli Materi

Pertanyaan	Rater (Ahli)		Hasil Selisih	P e	P o
	Rater 1	Rater 2			
1	5	5	0	0,14	0,86
2	4	4	0		
3	4	4	0		
4	4	5	- 1		
5	4	4	0		

Maka jumlah nilai dari para ahli media yang menjawab “5” = “Sangat Baik” total ada 3. Yang menjawab “4” = “Baik” total ada 7.

Sehingga didapatkan jumlah nilai dari para validator yaitu “43” . jumlah nilai maksimal dari instrumen validatoryaitu “50”. Setelah semua data didapatkan maka selanjutnya melakukan analisis terakhir dengan perhitungan sebagai berikut:

$$K = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e}$$

Keterangan :

K = Moment Kappa yang menentukan validitas produk

$P_o$  =  $\frac{\text{Jumlah nilai yang menentukan validator}}{\text{Jumlah nilai maksimal}}$

$P_e$  =  $\frac{\text{Jumlah nilai maksimal} - \text{jumlah yang diberikan validator}}{\text{Jumlah nilai maksimal}}$

Hasilnya :

$$P_o = \frac{43}{50} = 0,86$$

$$P_e = \frac{50-43}{50} = \frac{7}{50} = 0,14$$

$$K = \frac{0,86-0,14}{1-0,14} = \frac{0,72}{0,86} = 0,83$$

Hasil yang di dapat ialah 0,83 maka keputusan yang bisa di ambil oleh Ahli media video promosi berbasis motion graphic ini sudah “Valid”, Adapun persentasi/keputusan nilai berdasarkan *Moment Cohen Kappa* seperti yang ada di tabel 6 :

**Tabel 6.** Kategori Keputusan berdasarkan *Moment Cohen Kappa*

Interval	Kategori
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,41 - 0,60	Sedang
0,61 - 0,80	Tinggi
0,21 - 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
$\leq 0,00$	Tidak Efektif

(Sumber : *Practical statistics for medical research* – Altman, 1991)

Setelah dilakukan validasi dengan para ahli kemudian didapatkanlah data. penulis melakukan analisis data yang didapat dengan *index Cohen's Kappa* yang dimana untuk itu hasil dari pengujian dengan ahli media mendapatkan nilai “Tinggi/Valid” diangka “0,68” , sedangkan hasil pengujian ahli materi mendapatkan nilai “Sangat Tinggi/Sangat Valid” diangka “0,83”. Dan bisa disimpulkan dalam penelitian ini produk yang dihasilkan sudah di uji oleh 2 Ahli Media dan 2 Ahli Materi maka bisa dikatakan Video Promosi Sanggar senam Anamedy berbasis *Motion Graphic* yang dibuat sudah “Cukup Layak” untuk digunakan. Dan juga pada penelitian ini, masing-masing Penilai memberikan

pendapat atau saran kepada penulis mengenai Video promosi berbasis motion graphic yang dihasilkan antara lain sebagai berikut :

- Penambahan Transisi pada *motion graphic* adalah pilihan yang tepat, selain visual menjadi menarik, *motion graphic* yang ditampilkan juga menjadi lebih *soft* dan terasa hidup.
- Disarankan untuk lebih memperjelas apa saja yang menjadi titik jual dari Sanggar senam Anamedy, sehingga masyarakat yang melihat video promosinya jadi lebih tertarik.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan penelitian pembuatan Video Promosi Sanggar senam Anamedy berbasis *Motion Graphic* yang telah dikerjakan, maka diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pembuatan *motion graphic* sebuah video promosi Sanggar senam Anamedy dengan durasi 3 menit 30 detik, format mp4.
2. Hasil pengujian dari Ahli Media Video promosi berbasis *motion graphic* ini berdasarkan Aspek tampilan dan aspek kelengkapan media mendapatkan indeks "0,67" dan berada di kategori "Tinggi/Valid"
3. Hasil pengujian dari Ahli Materi berdasarkan Aspek Materi dan Aspek Kebahasaan mendapatkan indeks "0,83" dan berada di kategori "Sangat Tinggi/Sangat Valid".
4. Berdasarkan penilaian dari penguji Ahli Media dan Ahli Materi maka didapatkan hasil pada Video Promosi berbasis *motion graphic* yang telah dikerjakan ini "sudah layak" untuk digunakan.

#### 5.SARAN

Peneliti menyadari masih banyak kekurang dalam proses perancangan dan penerapan motion graphic pada Video promosi Sanggar senam Anamedy yang telah dikerjakan. Untuk itu beberapa saran yang diberikan diantaranya.

1. Disarankan untuk memperhatikan hal detail dalam pembuatan motion graphic seperti, pergerakan asset, ketepatan music, dan detail pada transisi motion graphic nya.
2. Ada baiknya bila Video promosi berbasis *Motion graphic* ini memunculkan beberapa Foto/Video asli mengenai sanggar senam tersebut, agar para penonton jadi lebih tahu bagaimana bentuk dari sanggar senam yang sedang di promosikan tersebut.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Selaku Penulis Jurnal ini, Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan segala kemudahan, pengarahan, bantuan baik moril maupun materil selama saya mengerjakan Jurnal ini, terutama kepada Dosen Pembimbing, dan semua teman seangkatan saya yang telah banyak membantu selama penyusunan jurnal ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kusbandono, Danu (2019), *UPAYA PENGEMBANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DENGAN MEMANFAATKAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN BIBIT IKAN DI DESA PLOSOBUDEN KEC. DEKET KAB. LAMONGAN*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan

- [2] Haedi, Riezqo Pradhana (2021). *Implementasi Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management) dan Dampaknya Terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Pontianak*, Universitas Tanjungpura Pontianak.
- [3] Faizin, Nirwan (2019). *Perancangan Iklan Motion Graphic Keselamatan Berlalu Lintas Sebagai Knowledge Management Pada Media Sosial*. D3 - Diploma thesis, Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- [4] Ramdhani, Ahmad (2021), *Pembuatan Motion Graphic pengenalan desain komunikasi visual untuk siswa SMA-SMK*, D3 Desain Komunikasi Visual, Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.
- [5] Tjiptono, Fandy (2015). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE BENGKULU*, S1 Manajemen, Universitas Bengkulu.
- [6] Aneke Y. Punuindoong (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita*, (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). Universitas Sam Ratulangi.
- [7] Rustandi, andi.,dkk.(2022). *Pengembangan Media Pembelajaran Game Edukasi Menggunakan Model PPE Pada Mata Pelajaran Pengenalan Nama Hewan di TK Negeri 10 Samarinda*. Kalimantan Timur : Universitas Mulawarman.
- [8] Lestari, Wahyu (2015). *Pengembangan Instrumen Penilaian Psikomotor Pembelajaran Ipa Materi Tumbuhan Hijau Berbasis Starter Experiment Approach Berwawasan Konservasi*. *Journal of Educational Research and Evaluation*, Universitas Negeri Semarang.
- [9] Sukoco, (2020) *PENGEMBANGAN MODEL PENILAIAN BERBASIS KINERJA HASIL BELAJAR PENJASORKES MATERI PERMAINAN NET BAGI SISWA SEKOLAH DASAR*, Universitas Negeri Yogyakarta