

Implementasi *Motion Graphic* Pada Video Promosi Wisata Danau Shuji Menggunakan Metode R&D

Shera Syahrani¹, Ahmad Bahri Joni², Hidayati Ami³

^{1,2,3}Jalan Sri Jaya Negara, Palembang 3013, Telp.0711-353414 Fax. 0711-355918

^{1,2,3}Jurusan Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

e-mail: ¹sherasyahrani20@gmail.com

Abstrak

Danau Shuji Lembak merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Provinsi Sumatera Selatan khususnya Kabupaten Muara Enim dengan lokasi yang sangat strategis. Masyarakat sekitar kurang mengenal Danau Shuji Lembak. Pentingnya menyampaikan informasi yang jelas dan menarik dalam industri pariwisata untuk mempromosikan destinasi-destinasi wisata baru, termasuk Danau Shuji Lembak. Salah satu metode yang efektif untuk mengkomunikasikan informasi tersebut adalah melalui penggunaan video motion graphic. Penelitian ini bertujuan membuat video promosi untuk memperkenalkan destinasi wisata Danau Shuji Lembak dengan menggunakan teknik motion graphic. Pengembangan dilakukan dengan metode Research and Development (R&D) menggunakan model PPE (Planning, Production, Evaluation). The outcome of this study is a product in the form of a motion graphic video that has been tested and evaluated according to standards. Kehadiran video tersebut dapat memperluas pengetahuan tentang Danau Shuji Lembak sebagai tujuan wisata.

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

Abstract

Danau Shuji Lembak is one of the tourist destinations in South Sumatra Province, especially Muara Enim Regency, with a very strategic location. The existence of Danau Shuji Lembak is not well known to the local community. Delivering clear and interesting information is very important in the world of tourism to promote new tourist destinations, including Danau Shuji Lembak. One effective way to convey this information is through motion graphic video media. The aim of this research was to create a promotional video using motion graphic techniques for the Danau Shuji Lembak tourist destination. The development method used is the Research and Development (R&D) method with the PPE (Planning, Production, Evaluation) development model. The result of this research is a product in the form of a motion graphic video that has gone through testing and assessment according to standards. The existence of this video can help the Danau Shuji Lembak tourist destination to be introduced more widely.

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

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Muara Enim memiliki berbagai potensi wisata, termasuk wisata alam, buatan, sejarah, dan budaya. Terdapat banyak destinasi wisata baru di Kabupaten Muara Enim yang perlu dilestarikan dan dipromosikan lebih luas agar bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, seperti Danau Shuji Lembak [1,2]. Desa wisata Shuji ini terletak di Desa Lembak, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, Provinsi Sumatera Selatan, yang memiliki lokasi strategis dan mudah dijangkau. Namun, minimnya informasi dan promosi tentang Danau Shuji Lembak mengakibatkan tempat ini kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Media berperan penting dalam proses komunikasi, di mana media berfungsi sebagai perantara antara komunikator dan komunikan [5]. Penyebaran informasi kepada masyarakat merupakan aspek penting dalam membangun citra dan kesadaran publik terhadap suatu destinasi wisata. Penyampaian informasi yang spesifik dan tepat sasaran sangat penting untuk mempromosikan destinasi wisata baru, termasuk Danau Shuji di Kabupaten Muara Enim.

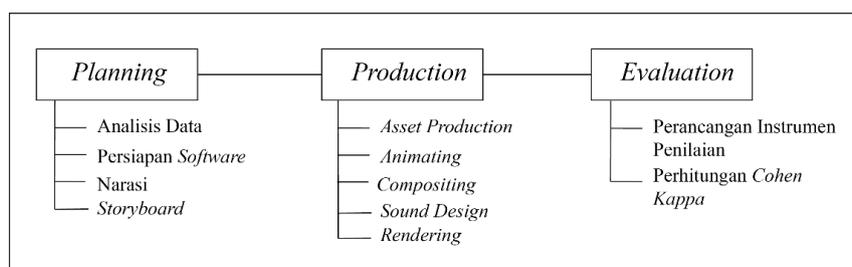
Motion graphic adalah salah satu bentuk komunikasi visual yang melibatkan elemen-elemen seperti bentuk, ukuran, dan tekstur yang diberi gerakan untuk menghasilkan efek dinamis. Dalam analisis ini, dibuat sebuah video promosi menggunakan teknik motion graphic untuk memperkenalkan Danau Shuji Lembak sebagai destinasi wisata [5]. Animasi dalam motion graphic membantu memperkuat materi visual, membuatnya terlihat lebih hidup dan menarik.

Metode pengembangan yang digunakan dalam pembuatan video ini adalah metode Research and Development (R&D) dengan model PPE (Perencanaan, Produksi, Evaluasi) [6]. Metode ini membantu proses pembuatan video menjadi lebih sistematis dan terstruktur, sehingga video motion graphic yang dihasilkan dapat menyampaikan informasi dengan spesifik, logis, dan relevan untuk dipromosikan melalui berbagai media.[7]

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menghasilkan video promosi berbasis motion graphic yang membahas destinasi wisata Danau Shuji Lembak. Dalam proses perancangan video promosi ini, digunakan metode R&D (Research and Development). Metode Research and Development adalah serangkaian langkah untuk mengembangkan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan produk tertentu sekaligus menguji efektivitas produk tersebut [8]. Untuk menghasilkan produk yang sesuai, dilakukan penelitian kebutuhan, kemudian produk diuji agar dapat berfungsi secara efektif di masyarakat luas [9].

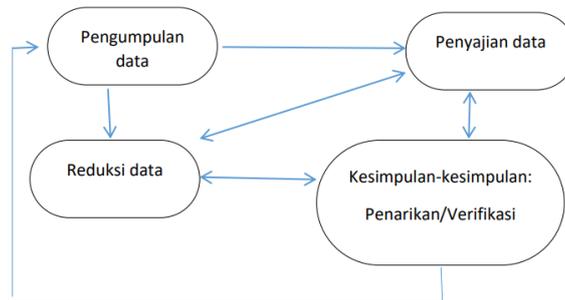
Dalam pembuatan motion graphic untuk video promosi Danau Shuji Lembak, terdapat tiga tahapan utama, yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Proses ini mengikuti metode Research and Development dengan model pengembangan PPE (Planning, Production, Evaluation). Tahapan-tahapan perancangan tersebut digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan metode *Research and Development*

Tahap Planning (Perencanaan) mencakup kegiatan menyusun rencana produk yang akan dibuat dengan tujuan tertentu. Tahapan ini diawali dengan analisis kebutuhan, yang dilakukan melalui penelitian dan kajian literatur. Fokus utama dalam tahap ini adalah mengidentifikasi perlunya pengembangan model atau metode pembelajaran baru serta menganalisis kelayakan dan syarat-syarat pengembangannya. Setelah mengidentifikasi kebutuhan akan model/metode pembelajaran baru, penting untuk memastikan kelayakan penerapannya agar tidak ada model yang baik namun sulit diterapkan karena keterbatasan, seperti minimnya alat atau kurangnya kemampuan guru dalam menerapkannya. Analisis kelayakan metode pembelajaran dilakukan untuk memastikan apakah metode tersebut dapat diimplementasikan dengan efektif.

Dalam tahap Perencanaan ini, terdapat empat sub-tahapan: analisis data, persiapan software, pembuatan narasi, dan penyusunan storyboard. Gambar 2 menunjukkan proses analisis data dalam penelitian kualitatif.



Gambar 2. Proses Analisis Data Penelitian

dan keras yang diperlukan untuk memproduksi video motion graphic. Beberapa aplikasi yang digunakan dalam proses ini antara lain Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, dan Adobe Encoder. Kemudian, dibuat naskah video serta storyboard yang menggambarkan konten video tersebut.

Tahap Production (Produksi) adalah tahap di mana rancangan produk dibuat. Pada tahap ini, video motion graphic diproduksi berdasarkan perencanaan sebelumnya. Selain itu, instrumen validasi dan uji coba produk juga disusun sesuai dengan rancangan yang telah dibuat. Tahap Produksi mencakup lima poin utama: pembuatan aset (Asset Production), animasi aset (Animating), penggabungan shot (Compositing), penataan suara (Sound Design), dan finalisasi video (Rendering). Setelah produk selesai, tahap berikutnya adalah Evaluasi.

Tahap Evaluation (Evaluasi) bertujuan untuk menguji dan menilai sejauh mana produk memenuhi kategori kelayakan. Penilaian ini dilakukan oleh ahli materi dan ahli media yang berkompeten di bidangnya. Jika hasil evaluasi telah mencapai standar yang ditetapkan, produk dinyatakan layak dan siap digunakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah seluruh tahapan (Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi) selesai dikerjakan, maka akan dihasilkan sebuah video promosi berbasis *motion graphic* tentang destinasi wisata Danau Shuji Lembak. Berikut merupakan beberapa potongan tampilan dari video tersebut.

1. Shot 1 menampilkan judul video.



Gambar 3. Tampilan shot 1

2. Shot 2 menampilkan karakter yang melambaikan tangan.



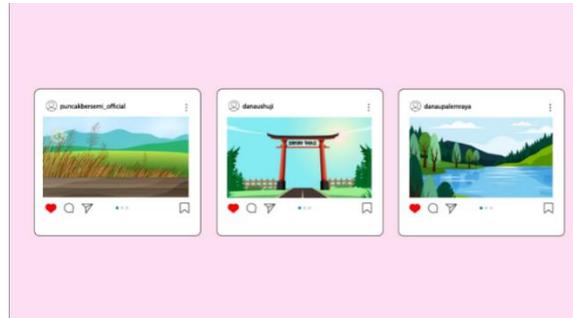
Gambar 4. Tampilan shot 2

3. Shot 3 menampilkan peta Sumatera Selatan disertai teks dan *icon* lokasi.



Gambar 5. Tampilan shot 3

4. Shot 4 menampilkan 3 buah kotak seperti *feed* Instagram



Gambar 6. Tampilan shot 4

5. Shot 5 menampilkan objek gerbang Danau Shuji Lembak



Gambar 7. Tampilan shot 5

6. Shot 6 menampilkan video asli dari Gerbang Danau Shuji Lembak.



Gambar 8. Tampilan shot 6

- Shot 7 menampilkan objek Danau Shuji Lembak dan juga objek pemukiman warga serta teks.



Gambar 9. Tampilan shot 7

- Shot 8 menampilkan objek Danau Shuji Lembak dengan teks.



Gambar 10. Tampilan shot 8

Setelah pembuatan video selesai dilaksanakan dan menghasilkan sebuah media informasi baru berbasis *motion graphic* pada video promosi wisata Danau Shuji Lembak, 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.

3.1 Pengujian Kualitas Data

Pada tahap pengujian ini, terdapat dua jenis penilaian dari para ahli, yaitu Penilaian Ahli Media dan Penilaian Ahli Materi. Pengujian dilakukan dari tanggal 28 Juli 2023 hingga 1 Agustus 2023. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan apakah video promosi berbasis *motion graphic* yang telah dibuat sudah memenuhi standar kelayakan untuk digunakan atau belum.

1. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruk yang dilakukan oleh para ahli (expert judgement). Instrumen yang digunakan disusun berdasarkan teori yang relevan, kemudian dikonsultasikan dengan para ahli. Para ahli akan memberikan penilaian apakah instrumen tersebut sudah layak tanpa revisi, layak dengan perbaikan, atau memerlukan perubahan total. Validitas konstruk mengacu pada ketepatan instrumen dalam mengukur aspek yang diteliti, sementara validitas isi berkaitan dengan ketepatan instrumen dalam mencakup materi yang sesuai. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indeks Cohen's Kappa untuk menentukan nilai uji validitas dan menggunakan instrumen validasi untuk menilai berdasarkan indikator yang telah ditetapkan dalam instrumen tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi atau ketepatan suatu instrumen. Sebuah angket dianggap reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diberikan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu [9]. Keandalan ini berkaitan dengan seberapa konsisten jawaban yang diberikan ketika instrumen diuji ulang pada sampel yang berbeda. Uji statistik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini adalah Cohen's Kappa.

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

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 1. 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: [11])

3.2 Pengujian Kuisisioner

Adapun tolak ukur keberhasilan dalam penelitian ini, dapat dilihat melalui kuisisioner yang dibagikan kepada masyarakat/pengunjung secara *online* sebanyak 30 responden melalui *link Google Form*. Pertanyaan kuisisioner terdiri dari beberapa aspek yaitu, aspek Kesenangan, aspek ketertarikan, aspek kepuasan, aspek keterlaksanaan dan aspek Media [12].

Untuk hasil kuisisioner yang telah diisi diperlukan perhitungan dengan rumus tertentu agar didapat persentase dari setiap jawaban dari responden. Adapun langkah untuk mencari jawaban responden adalah dengan menggunakan persamaan:

- Langkah pertama persamaan dari skala Likert adalah sebagai berikut.

$$Jr = T \times Pn$$

Keterangan:

Jr = Jawaban Responden

T = Total jumlah responden yang memilih **Pn** = Pilihan angka skor likert.

- Langkah kedua menentukan hasil interoretasi, menentukan nilai tertinggi dan terendah untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut.

X = skor tertinggi x jml responden

Y = skor terendah x jml responden

- Langkah ketiga setelah mendapatkan nilai tertinggi dan terendah adalah menentukan nilai dari persentase total skor yaitu dengan rumus sebagai berikut.

$$RI = \frac{\text{Total Skor}}{\text{jml skor tertinggi}} 100\%$$

Keterangan:

RI = Rumus Index%

- Langkah keempat tentukan nilai rata-rata untuk mengetahui penilaian keseluruhan yaitu sebagai berikut.

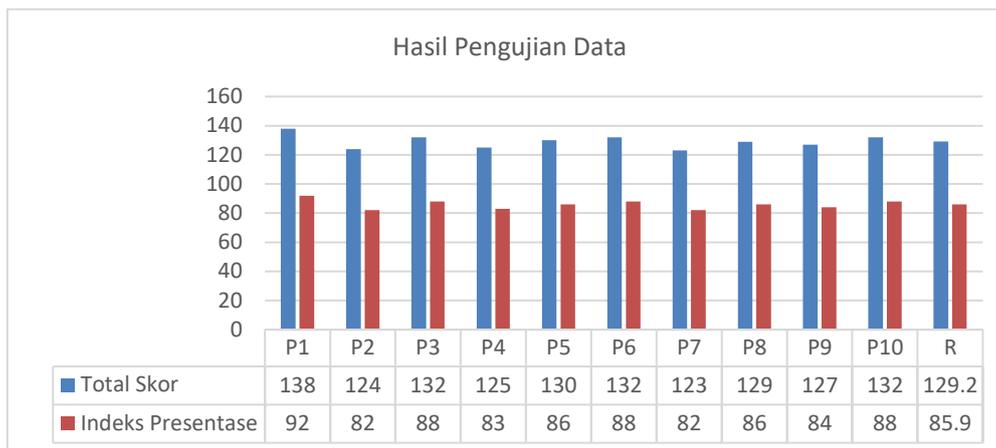
$$\text{Rata-rata} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Banyak Data Pertanyaan}}$$

Berikut kategori nilai skor persentase berdasarkan index persentase dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategori Kualitas berdasarkan persentase

Kriteria	Skor
80% - 100%	Sangat Baik
60% - 79%	Baik
40% - 59%	Netral
20% - 39%	Kurang
0% - 19%	Sangat Kurang

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik animasi *motion graphic* dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pengujian ini dilakukan pada tanggal 25 Agustus 2023 dengan menyebarkan kuisioner secara *online* kepada masyarakat. Kuisioner tersebut diisi oleh 30 responden yang telah menjawab 10 pertanyaan kuisioner.



Gambar 11. Grafik Hasil Pengujian Data

Dari data hasil pengujian kuisioner diatas total skor didapat dari penjumlahan keseluruhan jumlah responden. Sedangkan indeks persentasenya didapat dari pembagian antara jumlah total skor dibagi dengan jumlah nilai tertinggi dikali dengan 100%. Berdasarkan pada diagram analisis diatas, rata-rata persentase dari 10 butir pertanyaan memiliki hasil sebesar 85,9% dan dikategorikan sebagai Sangat Baik. Hal ini berarti *motion graphic* pada video promosi wisata Danau Shuji ini sudah baik dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dari hasil grafik kuisioner diatas dapat disimpulkan bahwasanya nilai tertinggi terdapat pada pertanyaan 1 dengan total skor 138 dan indeks persentase mencapai 92% dengan butir pertanyaan “Apakah video promosi berbasis *motion graphic* wisata Danau Shuji Lembak ini mudah untuk diakses?” yang membuktikan bahwasanya video *motion graphic* yang disajikan sudah cukup mudah untuk di akses oleh pengunjung. Sedangkan nilai terendah yaitu pada pertanyaan ke 7 dengan total skor 123 dan indeks persentase 82% dengan butir pertanyaan “Apakah tampilan dari video promosi berbasis *motion graphic* wisata Danau Shuji Lembak sudah sesuai seperti yang dikatakan Rayhan?” yang membuktikan bahwasannya video *motion graphic* yang disajikan dari aspek tampilan sudah cukup baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan pembuatan Video Promosi Wisata Danau Shuji Lembak berbasis *Motion Graphic* yang telah dikerjakan, maka diambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut.

1. Pembuatan *motion graphic* sebuah video promosi wisata Danau Shuji Lembak dengan durasi 1 menit 46 detik, format mp4.
2. Hasil pengujian dari Ahli Media Video promosi berbasis *motion graphic* ini berdasarkan Aspek tampilan dan aspek kelengkapan media mendapatkan indeks “0,68” 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

Pada penelitian ini masih banyak kekurangan dalam proses perancangan dan penerapan *motion graphic* pada Video promosi wisata danau shuji Lembak. Untuk itu diberikan beberapa saran diantaranya:

1. Disarankan untuk menggunakan video asli saat menjelaskan icon-icon wisata danau shuji Lembak.
2. *Motion graphic* menjadi menarik, tidak cukup hanya dengan memunculkan obyek (foto, ilustrasi, teks), atau menghilangkannya, atau menggerakkannya dengan sederhana. Perkaya setiap *scene*-nya dengan pergerakan-pergerakan yang memadukan beberapa prinsip dari 12 prinsip animasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan segala kemudahan, bimbingan, pengarahan, dorongan, bantuan baik moril maupun materil selama penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] e. Yunice, *Media Informasi Pola Asuh Kreatif*, Jakarta: Unikom, 2020.
- [2] Nurjanah, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL MASYARAKAT SADAR WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI WISATA BARU," *Medium*, vol. 6, no. 2, pp. 39-50, 2018.
- [3] C. A. Havianto and T. Artiningrum, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Objek Wisata Bumi Almira," *GEOPLANART*, vol. 4, no. 2, pp. 91-103, 2022.
- [4] M. Rizal, Butsiarah and M. A. Pahany, "PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK AKBA," *JOISM : JOURNAL OF INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT*, vol. 3, no. 1, pp. 8-15, 2021.
- [5] S. Prihatmoko, Sumaryanto and R. Z. H., "DESAIN ANIMASI 2D PENGETAHUAN DASAR BAHAYA NARKOBA BAGI PEMUDA DENGAN METODE PTP PADA DISPORAPAR KENDAL," *JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS*, vol. 16, no. 1, pp. 92-100, 2023.
- [6] Okpatrioka, "Research And Development (R&D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan," *DHARMA ACARIYA NUSANTARA: Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, vol. 1, no. 1, pp. 86-100, 2023.
- [7] Hong, F. Siswanto and P. Tjandrawibawa, "PEMINATAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI KONTEN PROMOSI BISNIS START-UP PADA MEDIA SOSIAL," *VICIDI*, vol. 9, no. 2, pp. 12-22, 2019.
- [8] W. Yuliani and N. Banjarnahor, "METODE PENELITIAN PENGEMBANGAN (RND) DALAM BIMBINGAN DAN KONSELING," *Quanta*, vol. 5, no. 3, pp. 21-30, 2021.
- [9] A. Rustandia, U. Haryaka and E. Grasiac, "Pengembangan Media Pembelajaran Game Edukasi Menggunakan Model PPE Pada Mata Pelajaran Pengenalan Nama Hewan di TK Negeri 10 Kota Samarinda," *Jendela Pendidikan, JURNAL ILMIAH KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN*, vol. 11, no. 2, pp. 148-157, 2022.
- [10] M. M. Sanaky, L. M. Saleh and H. D. Titaley, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH," *JURNAL SIMETRIK*, vol. 11, no. 1, pp. 432-439, 2021.
- [11] W. Jannah and Ellizar, "Validitas dan Praktikalitas Modul Larutan Penyangga Berbasis Pendekatan Saintifik dengan Menerapkan Teknik Probing dan Prompting untuk Kelas XI SMA/ MA," *MENARA Ilmu*, vol. 12, no. 12, pp. 101-111, 2018.

- [12] R. Shabir, Pengembangan Video Motion Graphic Sebagai Media Pembelajaran Pada Materi Jaringan Berbasis Luas di SMK Negeri 2 Bandar Lampung, Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2022.