



Perancangan Video Promosi Aplikasi PT Aku Pintar Indonesia Dengan Menggunakan Flat Desain Serta Teknik *Motion Graphic*

Graciella Limputri¹, Jasson Prestiliano²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Email: ¹692018078@student.uksw.edu, ²jasson.prestiliano@uksw.edu

Abstract

Promotion is very important to introduce a product to target consumers and increase the number of users. Therefore, a promotional media was designed in the form of a video that provides information and introduces the Aku Pintar application using flat design and motion graphic techniques. The method used is a mixed method for data collection and testing of product results, as well as the use of a cyclic strategy. The design process starts from the idea & concept to the final result in the form of a promotional video using flat design and motion graphic techniques. The results achieved from this research are in the form of a promotional video entitled the Aku Pintar application, which is able to convey information about the services & features available in the Aku Pintar application and can be used as promotional media for companies.

Keywords: Motion Graphic, Flat Design, Promotional Video

1. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan informasi semakin pesat dengan berbagai macam media, pemanfaatan media promosi terkadang memberikan daya tarik tersendiri terutama pada layanan iklan televisi maupun media sosial, agar iklan sampai ke konsumen maka diperlukan media promosi yang jelas [1].

Promosi adalah suatu hal yang harus dilakukan setiap perusahaan. Hal utama dalam promosi adalah pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen [2]. Aku Pintar adalah aplikasi yang bergerak dibidang *edutech* yang didedikasikan untuk memajukan, membantu dan memasyarakatkan pendidikan di Indonesia. Aplikasi Aku Pintar dapat membantu generasi muda di Indonesia dalam mendapatkan pendidikan yang sesuai dengan minat dan bakat siswa-siswi SMA [3].



Siswa-siswi SMA yang menggunakan aplikasi Aku Pintar sangat terbantu dikarenakan mereka dapat mempelajari materi-materi yang sesuai di sekolah. Beberapa siswa-siswi tingkat akhir juga merasa terbantu dikarenakan bisa mengerjakan latihan-latihan ujian sekolah, mencari jurusan sesuai minat bakat, mengetahui kepribadian melalui tes kepribadian, serta fitur-fitur lain yang sangat membantu siswa-siswi SMA pada aplikasi Aku Pintar [4], [5]. Akan tetapi beberapa siswa-siswi SMA belum mengetahui aplikasi Aku Pintar dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi *edutech* lain salah satunya seperti Ruang Guru. Hal ini dibuktikan bahwa aplikasi Aku Pintar memerlukan sebuah media promosi yang dapat mengenalkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Aku Pintar.

Berdasarkan hasil survei dengan 20 responden siswa-siswi SMA kelas 12 IPA dan IPS di YHS *School* Makassar didapatkan hasil bahwa sejumlah 25% responden mengetahui aplikasi Aku Pintar, dan didapatkan sejumlah 75% responden lainnya tidak mengetahui aplikasi Aku Pintar dan memilih aplikasi edukasi lain yang lebih populer di dunia pendidikan teknologi. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi Aku Pintar belum terlalu diketahui oleh siswa-siswi SMA. Proses analisis juga dilakukan terhadap aplikasi Aku Pintar memiliki jumlah unduhan yang rendah dibandingkan dengan aplikasi edukasi lainnya seperti *Ruang Guru*, *Zenius* dan *Pahamify* dikarenakan dalam segi promosi pada sosial media Aku Pintar masih sangat rendah. Hal lain yang mendukung penelitian ini adalah video promosi berbasis *motion graphic* pada Aku Pintar yang lama pada *Youtube* belum diperbaharui sedangkan sudah banyak fitur-fitur baru pada aplikasi Aku Pintar.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini memberikan sebuah solusi dengan memanfaatkan teknologi video motion graphic serta menggunakan *style flat desain* dalam perancangan video promosi dapat dengan mudah menyebar luas melebihi batas geografis serta dapat ditonton dimana dan kapan saja [6]. *Motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video animasi yang menciptakan unsur gerak dan dikombinasikan dengan audio. *Flat Design* adalah sebuah desain dengan gaya minimalis yang berfokus pada ilustrasi dua dimensi dan warna yang cerah [7]. Harapan dari penelitian ini yaitu video promosi mampu mengenalkan aplikasi Aku Pintar kepada siswa-siswi Indonesia dan meningkatkan jumlah *user* untuk menggunakan aplikasi.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *mixed method* yang merupakan penggabungan dari penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan tujuan mendapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap, akurat, dan komprehensif [8]. Selain itu, studi literatur yang merupakan suatu cara yang

dilakukan untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya, istilah lainnya yaitu studi pustaka [9]. Pengumpulan data yang lain dilakukan dengan cara studi literatur untuk mencari berbagai referensi mengenai tahap apa saja yang dilakukan untuk membuat video promosi dengan metode *motion graphic* dari berbagai penelitian terdahulu, jurnal, buku, referensi video dan juga *website* yang berhubungan dengan topik penelitian. Strategi Penelitian yang digunakan adalah *cyclic strategy*, suatu tahap dimulai setelah tahap sebelumnya diselesaikan dan pada tahap sebelumnya perlu diulang kembali untuk mendapatkan sebuah feedback [10]. Strategi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Cyclic Strategy

2.1. Pengumpulan Data

Pada tahap pertama dari penelitian ini adalah pengumpulan data. Pada tahap ini pengumpulan data dengan cara primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada objek penelitian yang akan diteliti, sedangkan data sekunder diambil dari beberapa referensi jurnal dan website yang sudah ada [11]. Pencarian data primer dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari beberapa siswa-siswi SMA kelas 12 melalui penyebaran kuesioner online untuk mengetahui ketertarikan melihat video promosi melalui media serta validasi ketertarikan terhadap video promosi berbasis *motion graphic* dengan *style flat* desain. Kemudian juga dilakukan wawancara terhadap Ferrani Invezitia selaku *team lead product design* Aku Pintar untuk validasi bahwa aplikasi Aku Pintar memerlukan pembaharuan dari video promosi berbasis *motion graphic* dikarenakan sudah banyak pembaharuan dari fitur pada aplikasi Aku Pintar Indonesia serta untuk mendapatkan logo dan aset visual Aku Pintar dan juga informasi seputar Aku Pintar yang dapat mendukung perancangan video promosi. Pencarian data sekunder dilakukan melalui aplikasi Aku Pintar, *e-book* GSM Aku Pintar, *website*, dan media informasi untuk mendukung data primer sebagai narasumber utama. Setelah mendapat data primer dan sekunder, data-data tersebut dianalisis dan diambil poin penting untuk mendukung proses perancangan video promosi.

2.2. Analisis Data

Pada tahap kedua dari penelitian ini adalah menganalisis data yang sudah didapatkan pada tahap sebelumnya yaitu pengumpulan data. pada tahap ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan [12]. Analisis SWOT dari aplikasi Aku Pintar mulai dari segi *Strength* yaitu aplikasi Aku Pintar merupakan aplikasi yang berfokus pada pendidikan dalam mengedukasi pengguna dalam jenjang sekolah (SMP, SMA/SMK) dengan biaya yang bisa diakses secara gratis dan juga memiliki fitur-fitur yang dapat sangat membantu siswa-siswi dalam mendukung proses pembelajaran hingga finansial. Dari segi *Weakness* yaitu masih kurang kuatnya promosi aplikasi dan belum banyak dikenal oleh pelajar. Dari segi *Opportunity* yang dimiliki aplikasi ini yaitu dengan memaksimalkan promosi aplikasi dapat meningkatkan jumlah *user*. Kemudian yang terakhir dari segi *Threat* yaitu terdapat beberapa aplikasi yang sejenis dengan aplikasi Aku Pintar seperti aplikasi *Ruang Guru*, *Zenius* dan *Pahamify*. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan aplikasi Aku Pintar memerlukan media promosi yang efektif. Video promosi aplikasi Aku Pintar disajikan menggunakan *flat* desain serta teknik *motion graphic* untuk meningkatkan daya tarik siswa-siswi menyaksikan video promosi dan tertarik menggunakan aplikasi. Digunakan beberapa hal pendukung dalam penyampaian informasi pada perancangan video ini, sebagai berikut:

- Informasi disampaikan dalam bentuk gambar, tipografi serta dubbing.
- Menggunakan *style flat* desain sehingga mudah dimengerti
- Menggunakan *motion graphic* untuk memberi kesan lebih menarik kepada *audience*

2.3. Perancangan

Pada tahap ketiga dari penelitian ini adalah tahapan perancangan video promosi dengan teknik *motion graphic*. Pada tahap ini merupakan tahap perancangan video promosi pada umumnya yang terdiri dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses perancangan dapat dilihat pada Gambar 2. Pra produksi adalah tahap awal dari sebuah perancangan film. Pada pra produksi terdapat beberapa tahapan, yaitu ide dan konsep, *storyline*, dan *storyboard*.

- a) Ide dan Konsep, Dalam proses pengembangan ide ini, langkah yang dilakukan adalah menganalisa hasil data yang telah dikumpulkan dan menyusun konsep berdasarkan hasil analisa data. Ide pada penelitian ini memberikan informasi kepada masyarakat khususnya siswa-siswi SMA

mengenai manfaat dan keuntungan menggunakan aplikasi Aku Pintar dalam bentuk video promosi dengan teknik *motion graphic*. Konsep pada video yang akan dirancang adalah memvisualisasikan gambaran besar dari layanan serta fitur dalam aplikasi Aku Pintar sehingga hasil perancangan dapat menyampaikan informasi kepada *audience* dengan menarik dan informatif.



Gambar 2. Bagan Perancangan

- b) *Storyline*, *Storyline* merupakan sebuah kerangka cerita yang dibuat dalam bentuk teks, *storyline* dirancang menyesuaikan ide dan konsep cerita yang sudah direncanakan sebelumnya. Terdapat seorang pria yang dengan ekspresi murung sambil memegang buku dan berpikir mengenai masalah yang ia hadapi di sekolah serta meminta pertolongan. Kemudian muncul seorang wanita yang merangkul dan memberitahu mengenai aplikasi Aku Pintar. Aku Pintar merupakan sebuah aplikasi edukasi yang dapat membantu siswa-siswi dalam dunia pendidikan. Kemudian wanita tersebut memberikan informasi dan penjelasan singkat mengenai layanan serta fitur yang disediakan didalam aplikasi Aku Pintar. Sang pria yang tadinya bingung, mulai mengakses aplikasi Aku Pintar, dilanjutkan dengan penjelasan dari seorang wanita mengenai fitur yang dapat membantu siswa yang sedang bingung ingin kuliah di mana atau mau masuk jurusan apa. Pada minat pintar dapat membantu mengenali potensi minat tentang persiapan pemilihan jurusan

promosi yaitu menggunakan *font impact* karena *font* tersebut mudah dibaca dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan desain video promosi. Pewarnaan pada aset visual menyesuaikan warna GSM dari Aku Pintar. Untuk logo-logo Aku Pintar mulai dari logo perusahaan serta logo fitur-fitur didapatkan melalui perusahaan. Berikut adalah tampilan dari *color pallet* pada gambar 4 dan *font impact* pada gambar 5.



Gambar 4. *Color Pallet*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$?&%@!#*+=

Gambar 5. *Font Impact*

2. Narasi & *Backsound*

Membuat kebutuhan narasi suara & *backsound* yang dapat mendukung pembuatan video promosi dengan tujuan lebih mudah dipahami oleh *audience*. Pada narasi suara menggunakan jasa orang lain yaitu Kevin Harlim, sedangkan musik *backsound* menggunakan musik *royalty free*.

Tahap perancangan selanjutnya yaitu pasca produksi. Pasca produksi adalah tahap dilakukannya pengeditan video mulai dari *compositing*, *editing*, hingga *rendering*.

1. *Compositing*, Penggabungan seluruh elemen yang sudah dibuat dalam tahap produksi. Mulai dari aset visual yang telah dibuat dan didapatkan, serta *voice over* & *backsound* mengikuti panduan dari *storyboard* yang telah dirancang sebelumnya.
2. *Editing*, *editing* dilakukan untuk mengemas hasil akhir sebuah film, mensinkronkan suara dengan visual, memberikan *special effect*, dan mengeksport dalam media yang ditentukan.
3. *Rendering*, *rendering* merupakan proses penyatuan dari keseluruhan proyek setelah mengalami tahap-tahap sebelumnya menjadi satu bagian file, bentuk file menyesuaikan tergantung kebutuhan yaitu video audio visual.

2.4. Pengujian

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah pengujian. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah video promosi yang dibuat berhasil memberikan informasi dan menjadi daya tarik masyarakat khususnya siswa-siswi SMA mengenai aplikasi Aku Pintar. Pengujian dilakukan kepada 5 siswa-siswi SMA kelas 12 untuk mengetahui apakah video promosi menarik serta validasi dari *team leader product design* Aku Pintar untuk mengetahui apakah video promosi sudah sesuai dan layak mengikuti *style guide* Aku pintar, jika masih ada yang perlu diubah (revisi) maka kembali ke tahap ketiga yaitu perancangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui tahap-tahap dari perancangan maka diperoleh hasil akhir video promosi aplikasi Aku Pintar. Video promosi ini dibuat untuk memperkenalkan aplikasi Aku Pintar kepada masyarakat Indonesia khususnya untuk siswa-siswi SMA karena aplikasi Aku Pintar dapat sangat membantu dalam proses kegiatan belajar mulai dari penyajian soal-soal latihan ujian sekolah hingga mencari jurusan sesuai minat bakat siswa-siswi. Informasi yang akan disampaikan melalui video promosi, sebagai berikut:

- 1) Menyampaikan informasi yang bersifat jelas, efektif, menarik dan inovatif sebagai daya tarik siswa-siswi untuk menggunakan aplikasi Aku Pintar.
- 2) Memberikan informasi secara garis besar mengenai tampilan fitur-fitur serta layanan apa saja yang ada disediakan di dalam aplikasi Aku Pintar.

Pada scene awalan menunjukkan intro dari video mulai dari munculnya seorang pria memegang buku serta meminta pertolongan kemudian munculnya seorang wanita yang merangkul pria tersebut dan merekomendasikan menggunakan aplikasi Aku Pintar, dilanjutkan dengan penjelasan singkat mengenai aplikasi Aku Pintar.



Gambar 6. Tampilan Scene Awal

Pada scene selanjutnya menjelaskan dan menampilkan secara singkat mengenai layanan-layanan dan fitur-fitur apa saja yang dapat diakses dalam aplikasi Aku Pintar.



Gambar 7. Tampilan Scene Penjelasan Singkat Layanan dan Fitur

Scene selanjutnya menjelaskan secara singkat mengenai fitur-fitur yang dapat membantu siswa-siswi untuk memilih jurusan dan universitas



Gambar 8. Tampilan Scene Penjelasan Singkat Fitur

Pada scene terakhir merupakan scene penutup dari video promosi yang berisi tentang mengajak *audience* untuk mengunduh aplikasi Aku Pintar serta tampilan *barcode* dan beberapa tampilan informasi sosial media aplikasi Aku Pintar.



Gambar 9. Tampilan Scene Penutup

Terdapat juga thumbnail yang sudah dibuat sebelumnya untuk digunakan pada tampilan awal dari video promosi sebelum *audience* menyaksikan video.



Gambar 10. Tampilan Thumbnail Video

Kemudian pada tahap pengujian dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari video promosi yang telah dirancang sebelumnya. Pengujian melalui 2 tahap yaitu:

- Pengujian Kualitatif
Pengujian dilakukan dengan cara wawancara kepada *Team Lead Product Design* Aku Pintar untuk melakukan evaluasi terhadap konten video promosi dari hasil perancangan. Setelah melalui tahap perbaikan pada bagian penjelasan dari produk dalam video promosi. Menurut pendapat Kak Fea, produk hasil perancangan sudah layak untuk menjadi media promosi aplikasi Aku Pintar.

Pengujian kedua dilakukan dengan cara wawancara kepada Bapak Widi Kurniawan S.Ds., selaku praktisi animasi dan *motion graphic*. Setelah melalui tahap perbaikan pada bagian teknis dari video seperti penambahan tampilan aplikasi serta beberapa gerakan motion dalam video. Menurut pendapat Bapak Widi, produk hasil perancangan sudah layak untuk menjadi media promosi aplikasi Aku Pintar.

- Pengujian Kuantitatif
Pengujian dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner *online* melalui *google form*. Responden yang mengisi kuisisioner merupakan siswa-siswi SMA kelas 12 sebanyak 20 orang.

Tabel 1. Pengujian

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah sebelumnya kamu sudah mengetahui aplikasi Aku Pintar?	Belum 12 (60%) Sudah 8 (40%)
2	Setelah melihat video, apakah kamu menjadi lebih tahu mengenai aplikasi Aku Pintar?	Ya 20 (100%) Tidak 0 (0%)

No.	Pertanyaan	Jawaban
3	Apakah video tersebut sudah memberikan informasi yang jelas?	Sudah 20 (100%) Belum 0 (0%)
4	Apakah video tersebut mudah dimengerti?	Ya 20 (100%) Tidak 0 (0%)
5	Apakah video tersebut bermanfaat bagi kamu?	Ya 20 (100%) Tidak 0 (0%)
6	Apakah penyajian visual dan audio dalam video menarik?	Menarik 20 (100%) Tidak Menarik 0 (0%)
7	Apakah penggunaan gaya desain dan teknik animasi dalam video menarik?	Menarik 20 (100%) Tidak Menarik 0 (0%)
8	Apakah suara narator dapat menyampaikan informasi dengan jelas?	Terdengar Jelas 20 (100%) Tidak Terdengar Jelas 0 (0%)
9	Setelah melihat video, apakah anda tertarik menggunakan aplikasi Aku Pintar?	Ya 20 (100%) Tidak 0 (0%)
10	Apakah kamu akan merekomendasikan video promosi kepada saudara dan temanmu?	Ya 20 (100%) Tidak 0 (0%)

Dari hasil analisis kuesioner, video promosi aplikasi Aku Pintar dengan menggunakan *flat* desain serta teknik *motion graphic* sudah layak untuk dijadikan media promosi dan layak untuk dipublikasikan.

4. KESIMPULAN

Setelah melalui berbagai proses mulai dari penelitian, perancangan hingga pengujian, dapat disimpulkan bahwa perancangan video promosi aplikasi PT Aku Pintar Indonesia sudah layak dan dapat dipublikasikan sebagai media promosi aplikasi Aku Pintar. Video promosi dapat dipublikasikan menggunakan media promosi dari pihak Aku Pintar untuk memperkenalkan aplikasi Aku Pintar kepada masyarakat, khususnya siswa-siswi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)," *J. Common /*, vol. 3, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [2] F. Abdillah, D. Adhiguna, and A. Sevtiana, "Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Stmik Cic Dengan Tehnik Motion Graphic Menggunakan Perangkat Lunak Komputer Graphic," vol. 7, no. 1, pp. 74–85, 2017, doi: 10.51920/jd.v7i1.17.
- [3] "Aku Pintar Untuk Masyarakat Indonesia," *Aku Pintar*, 2022. <https://akupintar.id/tentang-kami>
- [4] Advertorial, "Aplikasi Belajar Gratis Aku Pintar Bantu Siswa dan Orangtua Siapkan Masa Depan Anak," *Kompas*, 2021. <https://amp.kompas.com/biz/read/2021/03/28/211958528/aplikasi-belajar-gratis-aku-pintar-bantu-siswa-dan-orangtua-siapkan-masa-depan>
- [5] F. Anjungroso, "Aplikasi Aku Pintar Tawarkan Layanan Bantuan Siswa Pilih Jurusan Kuliah," *Tribun Techno*, 2019. <https://m.tribunnews.com/amp/techno/2019/03/29/aplikasi-aku-pintar-tawarkan-layanan-bantuan-siswa-pilih-jurusan-kuliah>
- [6] N. Aryani and S. Everlin, "Perancangan Motion Graphic Tentang Pentingnya Semua Imunisasi Bagi Anak," *J. Titik Imaji*, vol. 2, pp. 29–37, 2019, doi: 10.30813/.v2i2.1957.
- [7] A. Gusti Pratama *et al.*, "Penerapan Motion Flat Design Pada Object Video Promosi Case Studi Stmik Dharma Wacana", doi: 10.53514/jc.v1i1.49.g30.
- [8] M. Kasiram, *Metodologi Penelitian*. UIN Maliki Press, 2010.
- [9] N. W. Endang Danial, *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan, 2009.
- [10] H. L. Jonathan Sarwono, *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.
- [11] Sudaria, A. S. Putra, and Y. Novembrianto, "Sistem Manajemen Pelayanan Pelanggan Menggunakan PHP Dan MySQL (Studi Kasus pada Toko Surya)," *Tekinfo*, vol. 22, no. 1, pp. 100–117, 2021.
- [12] G. A. Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.