

Implementasi Video Promosi dengan Teknik *Motion Graphic* pada Games in Your Area

Hendi Sama¹, Kenny Wilson²

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam
e-mail: hendi.sama@uib.edu¹, 2031168.kenny@uib.edu²

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengkaji implementasi teknik *motion graphic* dan animasi dalam video promosi sebagai strategi pemasaran inovatif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis Games in Your Area, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang makanan dan hiburan. Games in Your Area menghadapi persaingan ketat dengan kafe lain yang menawarkan konsep serupa dengan hiburan berupa *Board Games*. Tantangan utama yang dihadapi mitra UMKM ini adalah kurang dikenal oleh masyarakat Batam karena statusnya sebagai bisnis baru. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan teknik *motion graphic* dan animasi, video promosi Games in Your Area dapat menyampaikan pesan dengan lebih menarik, kreatif, dan efektif. Melalui pendekatan komprehensif ini, video promosi dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, sehingga menjangkau khalayak yang lebih luas dan mendapat ulasan positif seputar merek tersebut. Penggunaan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi memberikan kontribusi penting dalam memahami efektivitas dan dampak dari implementasi teknik *motion graphic* dalam meningkatkan visibilitas merek dan mencapai kesuksesan dalam bisnis Games in Your Area. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu, mempertahankan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan video promosi untuk menarik perhatian calon pelanggan, memanfaatkan media sosial dengan optimal untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan promosi, kolaborasi dengan pengaruh media sosial atau komunitas lokal yang relevan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, serta meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik dan responsif terhadap umpan balik mereka. Dengan mengikuti saran-saran ini, diharapkan Games in Your Area dapat berhasil memanfaatkan potensi video promosi dengan teknik *motion graphic* untuk meningkatkan daya tarik bisnis, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka.

Abstract

This research examines the implementation of motion graphic and animation techniques in promotional videos as an innovative marketing strategy to enhance exposure and business appeal for Games in Your Area, a micro, small, and medium-sized enterprise (MSME) in the food and entertainment industry. Games in Your Area faces intense competition from other cafes offering similar concepts with board games as entertainment. The main challenge for this MSME partner is the lack of recognition among the Batam community due to its status as a new business. The research methodology involves observation, interviews, and documentation. The results indicate that leveraging motion graphic and animation techniques in promotional videos enables Games in Your Area to convey messages in a more engaging, creative, and effective manner. Through this comprehensive approach, the promotional videos are published on social media platforms like Instagram, reaching a wider audience and receiving positive reviews about the brand. The use of observation, interviews, and documentation plays a significant role in understanding the

effectiveness and impact of motion graphic implementation in enhancing brand visibility and achieving success for Games in Your Area. Based on the research findings, several recommendations are proposed, the MSME should maintain creativity and innovation in video production to capture the attention of potential customers, optimizing social media platforms can enhance customer interaction and expand promotional reach, collaboration with relevant social media influencers or local communities can boost customer trust, enhancing customer experience through exceptional service and responsiveness to feedback is vital. By following these recommendations, Games in Your Area is expected to leverage the potential of motion graphic promotional videos to enhance business appeal, attract more customers, and expand its market share.

Keywords: *Motion Graphic Techniques, Animation, Promotional Videos, Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs), Social Media*

Pendahuluan

Motion graphic merupakan suatu grafis yang menggunakan video dan animasi untuk membuat ilusi dari pergerakan maupun perubahan bentuk dengan mengkombinasikan berbagai komponen seperti animasi dua dan tiga dimensi, video, film, tata letak huruf, ilustrasi, gambar, dan lagu (Diajeng Anita & Marisa, 2017).

Animasi adalah representasi visual yang bergerak dan saat ini telah banyak memanfaatkan komputerisasi dalam proses pembuatannya. Seiring dengan perkembangan waktu, metode penciptaan animasi terus meningkat, baik secara konvensional maupun digital, dan ragam jenis animasi juga semakin bertambah. Terdapat berbagai jenis animasi, namun semua jenis tersebut dapat digunakan sebagai media promosi (Lingga et al., 2019).

Media sosial merupakan bentuk media daring yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten melalui berbagai *platform* seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah beberapa jenis media sosial yang paling populer digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Purbohastuti, 2017).

Promosi menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan. Aspek penting dalam promosi adalah menciptakan pesan yang

meyakinkan dan efektif guna menarik perhatian konsumen. Berdasarkan fakta tersebut, saat ini Instagram bukan hanya berfungsi sebagai sarana hiburan semata, melainkan juga sebagai *platform* media sosial yang menawarkan peluang bisnis yang besar, mengikuti kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati oleh pengguna (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan fitur-fitur promosi yang inovatif menjadikannya tempat yang ideal bagi perusahaan untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Dengan memanfaatkan keberadaan aktif di Instagram, perusahaan dapat memperoleh keuntungan kompetitif dan menghadirkan pesan yang meyakinkan kepada konsumen potensial.

Games in Your Area merupakan salah satu mitra UMKM yang bergerak dibidang *food and beverage* dengan menu dominannya yaitu menjual minuman, disertai oleh *snack* pendukung yaitu *snack platter*. Selain menyediakan minuman dan makanan, Games in Your Area juga menyediakan hiburan berupa *board games* yang dapat dimainkan oleh para pengunjung café. Usaha tersebut didirikan oleh dua *owner* yaitu bapak Christopher dan Bendi Safero. Games in Your Area ini telah beroperasi sejak Januari 2023 dan usaha tersebut didirikan dengan harapan untuk menjadi tempat hiburan

favorite kalangan remaja maupun dewasa dengan harga yang terjangkau. Lokasi usaha terletak di Jl.Taman Kota Baloi Blok E No.16, Tj. Uma, Batam. Jam operasional Games in Your Area dimulai dari pukul 16.00 – 00:00 WIB pada hari Selasa-Jumat, sedangkan pada hari Sabtu dan Minggu beroperasi mulai pukul 13:00 – 00:00 dan tidak beroperasi pada hari Senin. Jumlah karyawan yang bekerja pada mitra usaha ini adalah sebanyak 1 orang yang sedang menjalani pekerjaan tersebut.



Gambar 1. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)

Games in Your Area memiliki saingan yang bisa dibilang ketat dalam kalangan bisnisnya. Hal ini dikarenakan adanya cafe lain yang menggunakan konsep bisnis yang hampir serupa dengan Games in Your Area yaitu konsep dengan bidang *food and beverage* yang memiliki hiburan berupa *Board Games*. Hal tersebut menjadi salah satu elemen penting yang perlu diperhatikan oleh pemilik bisnis agar usaha yang

dijalankan tetap dapat bersaing dengan kompetitor lainnya, sehingga tidak mempengaruhi keberlangsungan bisnis dan mencapai cita-cita bisnis pemilik. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra UMKM Games in Your Area adalah masih kurangnya dikenal oleh kalangan masyarakat Batam karena UMKM tersebut masih tergolong baru. Memandang persaingan yang semakin hari semakin meningkat, membuat mitra perlu untuk merancang strategi untuk meningkatkan *brand* mitra agar dapat terus berkompetitif dengan pesaing lainnya dalam bidang yang sama, sehingga Games in Your Area dapat lebih dikenal oleh masyarakat kota Batam. Strategi promosi yang diimplementasikan mitra sebelumnya masih belum maksimal, sehingga bisa dibuat sebuah *video motion graphic* untuk mempromosikan mitra UMKM Games in Your Area dengan menggunakan *platform* media digital seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan juga promosi melalui media *e-commerce* seperti Gojek dan Grab.

Metode

Metode Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam proses laporan ini antara lain:

1. Observasi

Menurut Khaatimah & Wibawa (2017), observasi melambangkan suatu peninjauan atau metode yang dilaksanakan dengan membentuk suatu pengamatan secara saksama serta pendataan secara sistematis. Observasi juga merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pemantauan terhadap aktivitas yang sedang berlangsung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang dipergunakan untuk memobilisasi data-data khusus seperti pendapat,

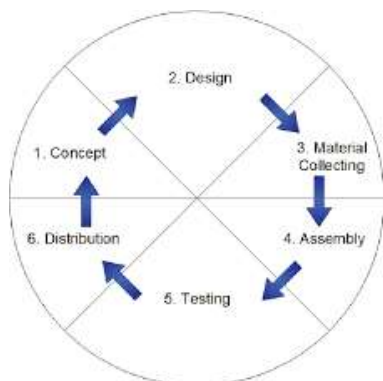
perilaku narasumber yang berhubungan dengan suatu fenomena yang sedang ditelaah. Proses wawancara dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek antara lain mencakup penentuan lokasi, waktu, pemilihan narasumber, dan penataan pertanyaan (Hansen, 2020).

3. Dokumentasi

Menurut Thalib (2022) dokumentasi didefinisikan sebagai metode pengumpulan data melalui keterangan yang tercantum. Dokumentasi dapat berupa catatan, lukisan, fotografi maupun karya-karya fenomenal. Metode ini dipergunakan untuk melengkapi data yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi.

Metode Pengembangan Multimedia

Pada kegiatan pelaksanaan pengabdian ini, penulis akan menerapkan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*), yang dimana tahap-tahap dalam metode ini meliputi *concept/konsep*, *design/perancangan*, *material collecting/pengumpulan materi*, *assembly/pembuatan*, *testing/pengujian*, dan *distribution/distribusi*. Urutan tahap-tahap ini bersifat fleksibel pada implementasinya, yang memungkinkan adanya pertukaran posisi diantara tahap-tahap tersebut. Namun, tahap pertama yaitu *concept* tetap menjadi prioritas pertama yang harus diterapkan (Krisbiantoro, 2021).



Gambar 2. Tahapan MDLC
Sumber: <https://www.google.com>

1. *Concept (Konsep)*

Pada tahap *concept/konsep*, penulis akan mengidentifikasi jenis multimedia yang akan digunakan dan subjek yang akan dibuat, menetapkan tujuan proyek serta jenis aplikasi yang akan digunakan (Wibowo, 2021).

2. *Design (Perancangan)*

Design/perancangan adalah tahap untuk mengidentifikasi secara rinci apa yang akan dilaksanakan dalam suatu proyek multimedia serta cara-cara yang akan disajikan dalam implementasi proyek tersebut, tahap ini mencakup pembuatan skrip, *storyboard*, dan struktur navigasi serta beberapa tahap perancangan lainnya (Wibowo, 2021).

3. *Material Collecting (Pengumpulan Materi)*

Pada tahap ini, penulis akan mengumpulkan data-data, audio, video, serta dengan gambar-gambar dalam format digital. Dalam proses pengembangan multimedia, bahan yang sudah terkumpul pada tahap ini akan digunakan pada tahap produksi nantinya (Wibowo, 2021).

4. *Assembly (Pembuatan)*

Tahap *assembly/pembuatan* adalah tahap permulaan pembuatan proyek yang akan menggunakan bantuan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya pada tahap *design/perancangan* (Krisbiantoro, 2021).

5. *Testing (Pengujian)*

Dalam tahap ini, untuk mengonfirmasi apakah proses pengembangan multimedia sudah berjalan sesuai dengan perancangan yang telah dibuat, maka aplikasi akan dioperasikan dan diperiksa terlebih dahulu. *Testing/pengujian* dilakukan

untuk menegaskan apakah aplikasi mampu beroperasi pada komputer dengan hasil produksi pabrik dan pada ukuran piksel layar yang berbeda (Wibowo, 2021).

6. *Distribution (Distribusi)*

Tahap *distribution/distribusi* adalah tahap dalam pengembangan proyek dengan niat untuk meningkatkannya, tahap ini dapat menjadi patokan untuk mengembangkan ide selanjutnya atau perbaruan (Krisbiantoro, 2021).

Proses Perancangan Luaran

Pada bagian proses perancangan, penulis terlebih dahulu mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian, yaitu:

1. Melakukan kunjungan ke lokasi mitra untuk observasi dan survei langsung, kemudian melakukan pengenalan dan wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh penjelasan ataupun informasi esensial mengenai gambaran mitra hingga persoalan yang dihadapi mitra. Hasil dari wawancara didokumentasikan untuk menyusun laporan serta menganalisa permasalahan yang muncul.
2. Berdasarkan pada informasi yang didapatkan, maka dari itu penulis menelusuri dan mendalami strategi promosi yang cocok untuk diterapkan kedalam proyek yang akan dibuat dan diimplementasikan pada mitra.
3. Mengumpulkan gambar-gambar dari mitra serta juga pengambilan gambar yang dilakukan oleh penulis sendiri yang berkaitan dengan aktivitas untuk penerapan strategi promosi yang telah dibuat serta untuk dokumentasi yang akan dimasukkan kedalam laporan.



Gambar 3. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)



Gambar 4. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)



Gambar 5. Games in Your Area
Sumber: Games in Your Area (2023)



Gambar 6. Games in Your Area
Sumber: Games in Your Area (2023)



Gambar 7. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)



Gambar 8. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)



Gambar 9. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)



Gambar 10. Games in Your Area
Sumber: Penulis (2023)

4. Membuat video *motion graphic online* untuk tampilan media sosial mitra.

Pembahasan

Dalam tahap implementasi luaran pelaksanaan kegiatan pengabdian, strategi promosi dengan video *motion graphic* yang diterapkan pada Games in Your Area. Berikut adalah beberapa langkah yang harus dijalani dalam proses tersebut:

1. Mengidentifikasi tujuan dan melakukan perencanaan

Dalam membuat video *motion graphic*, penulis mempertimbangkan dan menentukan bentuk animasi apa yang akan dibuat, desain-desain tampilan untuk iklan, konten visual, animasi, dan elemen grafis lainnya yang cocok untuk media sosial mitra.

2. Implementasi

Setelah selesai merancang video animasi, penulis membagikannya kepada pemilik mitra dan pemilik tersebut juga mempublikasikan video animasi tersebut melalui Instagram. Tak hanya penulis yang terlibat dalam penyebaran, orang-orang di sekitar juga ikut membantu mempromosikan video animasi untuk Games in Your Area di media sosial mereka. Dengan strategi ini, diharapkan lebih banyak orang mengetahui keberadaan mitra Games in

Your Area dan tertarik untuk mengunjunginya.

Pelanggan sangat mengandalkan media sosial, ulasan dari pelanggan lain, dan berbagai sumber lainnya untuk mendapatkan informasi menarik tentang lokasi mitra Games in Your Area. Jika pelanggan harus mencari informasi secara fisik di toko *offline* atau terus-menerus bolak-balik di media sosial atau *highlight* Instagram, hal ini akan memakan banyak waktu dan bisa membuat mereka kehilangan semangat untuk mencari tahu lebih lanjut tentang Games in Your Area. Oleh karena itu, dibuatlah sebuah video promosi berupa animasi yang akan dipublikasikan di media sosial Games in Your Area. Video ini bertujuan untuk mempermudah akses informasi dan menarik minat pelanggan serta calon pelanggan untuk mengunjungi lokasi mitra. Dalam video promosi tersebut, sudah disertakan berbagai informasi dan tawaran menarik yang sebelumnya sudah di-*posting* di media sosial mitra. Dengan adanya video animasi ini, diharapkan pelanggan akan lebih mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan dan semakin tertarik untuk berkunjung ke Games in Your Area.

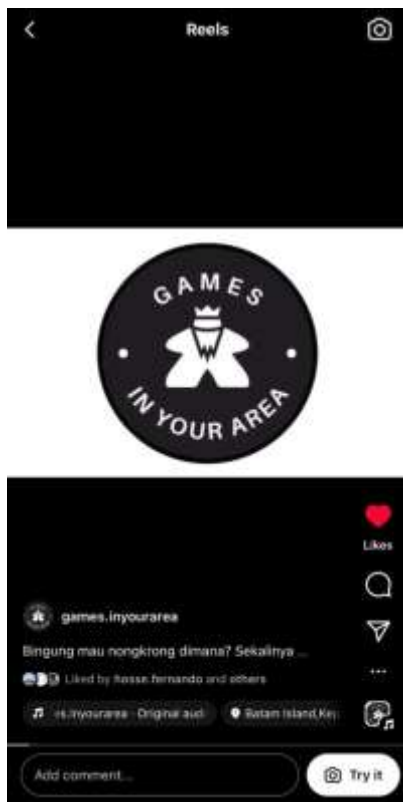




Gambar 11. 12. 13. 14. Potongan Video Animasi, *Link* Video:

<https://www.instagram.com/reel/CvHeleGNAJ4/?igshid=Y2I2MzMwZWZWM3ZA==>

Sumber: Penulis (2023)

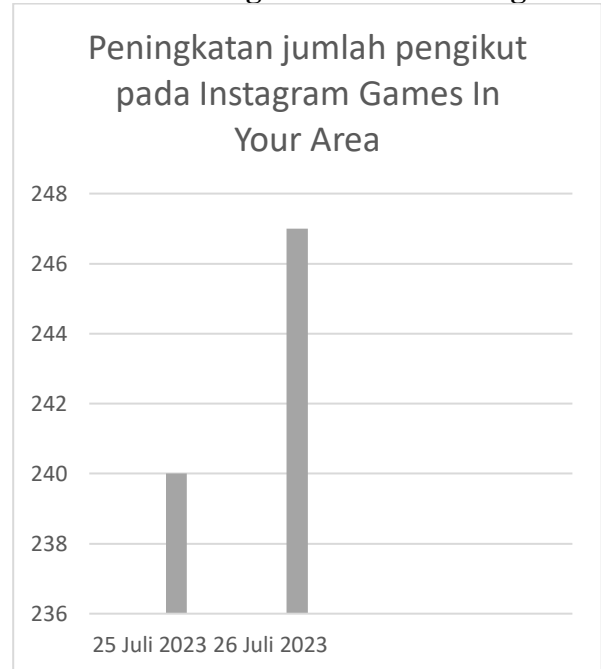


Gambar 15. Postingan Video Animasi pada Instagram Games in Your Area
Sumber: Games in Your Area (2023)

untuk mitra Games in Your Area memberikan manfaat antara lain:

1. Adanya peningkatan jumlah pengikut di media sosial Instagram, sehingga Games in Your Area dapat dengan mudah menyampaikan informasi kepada lebih banyak pelanggan dan calon pelanggan. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengetahui lebih banyak tentang Games in Your Area dan menjadi referensi bagi mereka yang ingin mengunjungi tempat mitra, menyewa *board game*, atau memesan minuman dari mitra Games in Your Area.

Flowchart Peningkatan Jumlah Pengikut



Sumber: Games in Your Area (2023)

Setelah proses implementasi video promosi yang dirancang dan dilaksanakan



Gambar 16. Screenshot Sebelum Peningkatan Pengikut
Sumber: Games in Your Area



Gambar 17. Screenshot Setelah Peningkatan Pengikut
Sumber: Games in Your Area

Simpulan

Setelah mengimplementasikan video promosi dengan teknik *motion graphic* kepada mitra Games in Your Area, kesimpulannya adalah bahwa pendekatan ini telah memberikan dampak yang positif dalam memperkenalkan dan mempromosikan Games in Your Area kepada pelanggan dan calon pelanggan. Melalui video animasi yang kreatif dan menarik, mitra berhasil menyampaikan informasi tentang produk dan layanan mereka dengan cara yang lebih menyenangkan dan menggugah minat. Penggunaan teknik *motion graphic* juga membantu memperjelas pesan yang ingin disampaikan, sehingga dapat menarik

perhatian penonton dengan lebih efektif. Selain itu, melalui penyebaran video promosi ini di media sosial dan *platform* digital lainnya, Games in Your Area berhasil menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan meraih respon yang positif dari masyarakat. Dengan demikian, strategi video promosi dengan teknik *motion graphic* telah terbukti berhasil meningkatkan kehadiran dan daya tarik Games in Your Area di pasar.

Berdasarkan hasil kesimpulan sebelumnya, penulis memiliki beberapa saran yang dapat diberikan kepada mitra Games in Your Area guna lebih meningkatkan efektivitas dan dampak dari implementasi video promosi dengan teknik *motion graphic*:

1. Mempertahankan Kreativitas dan Inovasi

Menghadirkan video promosi yang kreatif, inovatif, dan menarik bagi pelanggan dengan menggunakan teknik *motion graphic* maupun teknik promosi lainnya dan untuk memberikan kesan yang berbeda dan menghibur, sehingga dapat memikat perhatian calon pelanggan.

2. Sesuaikan dengan Tujuan Pemasaran

Menyelaraskan dengan tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Jika ingin menarik lebih banyak pelanggan, pastikan video promosi menampilkan daya tarik tempat mitra dan berbagai kegiatan menarik yang ditawarkan.

3. Manfaatkan Media Sosial dengan Optimal

Lanjutkan strategi penyebaran video promosi melalui media sosial dan *platform* digital lainnya. Tingkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten yang menarik dan responsif terhadap pertanyaan atau umpan balik dari mereka.

4. Kolaborasi dengan Pengaruh dan Komunitas

Mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan pengaruh media sosial atau komunitas lokal yang relevan. Kolaborasi ini dapat membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

5. Tingkatkan Pengalaman Pelanggan

Memperkuat pengalaman pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, menjaga kualitas produk dan layanan, serta tanggap terhadap umpan balik atau keluhan pelanggan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, mitra Games in Your Area diharapkan dapat lebih berhasil dalam memanfaatkan potensi video promosi dengan teknik *motion graphic* untuk meningkatkan daya tarik bisnis, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka.

Daftar Pustaka

- Diajeng Anita, R., & Marisa, F. (2017). Rancangan Video Media Promosi Berbasis Motion Graphic 2D Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Universitas Widyagama Malang. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2).
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283.
- Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2(2), 76–87.
- Krisbiantoro, D., Handani, S. W., & Falah, I. J. (n.d.). *Jurnal Bahasa Rupa / 125 Video Animasi Motion Graphic Dan*

- Tipografi Kinetik Sebagai Media Sosialisasi Pencegahan Virus Corona*. Lingga, G., Kusuma, A., Sekolah, P., & Desain Bali, T. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. In *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)* (Vol. 2).
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common /* (Vol. 3).
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 44–50.
- Wibowo, T., Gajah Mada, J., & Sei Ladi Batam, B. (2021). Cinematic Sequence for Video Blog Using Multimedia Development Life Cycle. *Journal of Information System and Technology*, 02(02), 16–48.