

Perancangan *Motion Graphic* Sebagai Media Informasi Pengenalan Program Infinite Learning

Salma Hanunnisa, Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Alamat e-mail: salmahanunnisa29@gmail.com, dimas.irawan@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 19 Mei 2025
Disetujui : 7 Juli 2025

Kata Kunci :

Infinite Learning, *motion graphic*, media informasi

ABSTRAK

Telah didapat data jika sebanyak 86,8% orang belum mengetahui Infinite Learning, 7,9% mungkin mengetahui Infinite Learning, dan 5,3% yang mengetahui Infinite Learning. Terkait program-program yang ditawarkan Infinite Learning juga terdapat 92,1% orang tidak mengetahuinya, 5,3% mungkin mengetahuinya, dan hanya 2,6% yang tahu akan program-program Infinite Learning. Berdasarkan hal tersebut, maka akan dilakukan perancangan *motion graphic* sebagai media informasi pengenalan program Infinite Learning dengan metode penelitian dalam perancangan ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara, kemudian kuesioner juga digunakan sebagai metode penelitian kuantitatif. Metode perancangan yang digunakan mengadaptasi dari *Pipeline Animation* yang diaplikasikan ke dalam metode perancangan *motion graphic* dengan melalui tiga tahap yaitu proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Motion graphic* yang dihasilkan adalah sebagai media informasi untuk mengenalkan program Infinite Learning di Indonesia.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 19 May 2025
Accepted : 7 July 2025

Keywords:

Infinite Learning, *motion graphic*, information media

ABSTRACT

It has been found that 86.8% of people do not know Infinite Learning, 7.9% may know Infinite Learning, and 5.3% know Infinite Learning. Regarding the programs offered by Infinite Learning, 92.1% of people do not know it, 5.3% may know it, and only 2.6% know about Infinite Learning programs. Based on this, a motion graphic design will be carried out as information media for the introduction of Infinite Learning programs, with the research method in this design using qualitative methods by conducting observations, documentation, and interviews, and questionnaires are also used as quantitative research methods. The design method used adapts from Pipeline Animation, which is applied to the motion graphic design method by going through three stages, namely pre-production, production, and post-production processes. The resulting motion graphic is an information media to introduce the Infinite Learning programs in Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Infinite Learning adalah divisi dari PT Kinema Systrans Multimedia yang juga menaungi Infinite Studios. Infinite Learning sendiri bergerak sebagai sebuah institusi yang memiliki fokus dalam pendidikan atau pelatihan digital khususnya pada bidang teknologi. Sebagai salah satu institusi terkemuka dalam hal pengembangan *digital talent*, Infinite Learning telah terjamin akan andilnya dalam pengembangan *digital skills* dengan program-programnya seperti *Web Development & UI/UX Design*, *Android Mobile Development & UI/UX Design*, *Game Design Development*, *Linux System Administration*, *Artificial Intelligence*, *Computer Network & Security*, hingga *Digital Marketing*. Program-program pelatihan teknologi digital ini sangat dibutuhkan oleh pasar era sekarang untuk menghasilkan *digital talent* yang dapat memajukan perkembangan teknologi. Komitmen Infinite Learning dalam memberikan pelatihan dengan kualitas bermutu telah membuat beberapa program *partnership* seperti program MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat) yang merupakan program *flagship* Kampus Merdeka dalam naungan Kemendikbud, *partnership* dengan Apple Developer Academy hingga RMIT (Royal Melbourne Institute of Technology) Cyber Security Course. Infinite Learning memiliki visi untuk menjadi penyedia solusi terkemuka dalam hal teknologi, *research*, *development*, dan juga inovasi melalui program pelatihan dan pendidikan. Infinite Learning memiliki harapan untuk meningkatkan jumlah *digital talents* yang kreatif dan inovatif yang tidak hanya independen tapi juga diakui oleh industri di Indonesia maupun dunia. Sedangkan, misi dari Infinite Learning yaitu untuk bekerjasama dengan berbagai lembaga pemerintahan, institusi penelitian nasional, serta institusi pendidikan/pelatihan baik domestik ataupun internasional untuk mengembangkan standar kurikulum, berkolaborasi dalam penelitian dan pengembangan, serta menyediakan pendanaan inovatif. Melihat perkembangan pendidikan non formal pada bidang teknologi digital semakin berkembang pesat, tentunya Infinite Learning memiliki pesaing-pesaing di pasarnya. Contohnya Hacktiv8, RevoU, Celerates, Alterra Academy, dan Purwadhika yang juga bergerak pada bidang pelatihan teknologi digital dan memiliki program-program seperti *Web Development*, *UI/UX*, dan masih banyak lagi.

Dilansir dari survey yang dilakukan oleh penulis yang telah dijawab oleh 38 responden dengan karakteristik berusia sekitar 17 hingga 25 tahun, merupakan mahasiswa/mahasiswi aktif yang berada di Indonesia, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dan memiliki ketertarikan dalam dunia teknologi digital terkait pengetahuan masyarakat terhadap lembaga pendidikan/pelatihan teknologi digital. Dalam survey tersebut didapatkan data terbanyak dengan 26,3% orang memilih RevoU sebagai lembaga pelatihan teknologi digital yang paling sering didengar, dan data paling sedikit menunjukkan hanya 5,3% yang memilih Infinite Learning sebagai lembaga pelatihan teknologi digital yang paling sering didengar. Sebanyak 86,8% orang juga belum mengetahui Infinite Learning, 7,9% mungkin mengetahui Infinite Learning, dan 5,3% yang mengetahui Infinite Learning. Terkait program-program yang ditawarkan Infinite Learning, terdapat 92,1% orang tidak mengetahuinya, 5,3% mungkin mengetahuinya, dan hanya 2,6% yang tahu akan program-program Infinite Learning.

Melihat permasalahan yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan jika belum banyak orang yang mengetahui Infinite Learning beserta program-programnya, terkait hal tersebut sangat penting bagi Infinite Learning untuk dapat membuat media informasi pengenalan program dengan lebih menarik. Infinite Learning sering menggunakan Instagram dengan mengunggah konten seperti *feeds* dan *reels* Instagram untuk membagikan informasi dan berpromosi. Pengunggahan konten di sosial media, khususnya Instagram yang telah dilakukan oleh Infinite Learning masih terlihat kurang *impactful* dengan total *followers* sekitar 11.000 orang, namun dari total *likes* pada konten yang diunggah memiliki rata-rata hanya sekitar 100 hingga 300 *likes* saja. Perancangan ini akan menjadi medium untuk penulis dalam merancang media informasi bagi Infinite Learning untuk menjadi pembantu dalam mengenalkan program-program Infinite Learning sehingga akan lebih banyak orang yang lebih *aware* dan minat dengan program-programnya.

Menurut Sasmita, G.G. (2015), media informasi merupakan sarana untuk menghimpun dan menyajikan kembali informasi agar menjadi materi yang berguna bagi penerimanya. Dengan adanya media informasi, masyarakat dapat mengakses berbagai informasi yang tersedia serta berkomunikasi

dan berinteraksi satu sama lain.. Dalam membuat media informasi, kita memerlukan alat sebagai pengantar yang membantu kita dalam menyampaikan produk ataupun jasa perusahaan melalui media informasi yang dapat berupa media cetak maupun media elektronik. Perusahaan perlu menggunakan media informasi yang efektif dan memiliki target sasaran yang tepat sehingga dapat berjalan dengan baik. Dalam hal ini, Infinite Learning memerlukan media informasi yang dapat menyampaikan informasi terkait program-program Infinite Learning sehingga dapat menarik lebih banyak minat audiens terhadap program-program yang ditawarkan oleh Infinite Learning. Pada era digital sekarang, Infinite Learning dapat memberikan informasi pengenalan program-programnya dengan visual yang menarik. Dalam perancangan ini, penulis akan membuat media informasi yang berbentuk *motion graphic* untuk menyampaikan pesan secara informatif dan menarik. Penggunaan *motion graphic* sebagai media informasi dapat dibilang efektif dan dapat menarik para audiens dengan visual yang menarik dengan perpaduan dari berbagai macam elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, dan animasi serta perpaduan audio yang berupa *voice over* dan *background music* yang akan membuat audiens lebih tertarik untuk menerima informasi yang disampaikan.

Rumusan tujuan perancangan ini adalah bagaimana merancang media informasi dalam bentuk *motion graphic* sebagai upaya untuk mengenalkan program Infinite Learning di Indonesia.

2. METODE

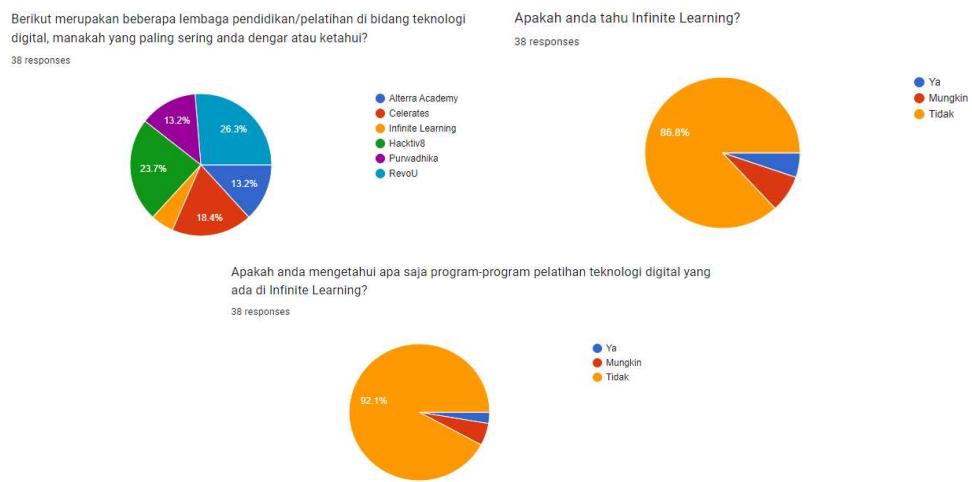
Pada perancangan ini dilakukan pengumpulan data dengan metode kualitatif yang merupakan metode penelitian yang lebih fokus dalam analisa deskriptif. Metode penelitian ini memberikan penjelasan dengan mengumpulkan data-data mendalam. Pengamatan sebuah kejadian dan penelitian substansi makna kejadian lebih diutamakan di sini. Penelitian kualitatif bergantung pada analisis serta ketajaman yang memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana kata dan kalimat yang dipakai (Syafii, 2022). Selain metode kualitatif juga dilakukan dengan metode kuantitatif yang menghasilkan informasi yang lebih terukur karena didasarkan pada data yang dapat diukur. Dalam penelitian ini, hasilnya lebih banyak bergantung pada instrumen yang digunakan dan variabel yang diukur, daripada hubungan antara peneliti dengan subyek penelitian yang intim dan emosional (Priadana & Sunarsi, 2021). Metode kualitatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan metode observasi, dokumentasi dan wawancara. Sedangkan metode kuantitatif yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner.

Infinite Learning merupakan sebuah divisi dari PT Kinema Systrans Multimedia, sering disebut juga sebagai anak perusahaan dari Infinite Studios. Infinite Learning berfokus pada pengembangan kursus pelatihan kejuruan yang berpusat di ekosistem Nongsa Digital Park. Infinite Learning memperluas operasi pelatihan internalnya dan pada tahun 2018 berhasil memperoleh lisensi LPK dari Kemnaker. Terkait hal tersebut dapat memungkinkan Infinite Learning dalam pelaksanaan kursus pelatihan yang dibuka umum. Infinite Learning bertujuan untuk dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan dalam negeri maupun internasional. Infinite Learning telah bekerja sama dengan Apple Developer Academy, Royal Melbourne Institute of Technology Cyber Security Course, hingga program MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat) dari Kemendikbud.

Sebagai pengumpulan data wawancara, penulis melakukan wawancara bersama Kak Mayang Kasmita selaku Tim Program Development & Relation dan Kak Jessica Vanessa selaku Program Development & Relations Manager. Dalam wawancara dapat dijelaskan jika program utama yang tersedia di Infinite Learning dinamakan program Kampus Merdeka Batch 8 yang terdapat program pelatihan *Android Mobile Development & UI/UX Design*, *Web Development & UI/UX Design*, *AI*, *Game Design Development*, *Computer Network & Security*, *Linux System Administration*, dan *Digital Marketing*. Target pasar dari program ini merupakan mahasiswa atau mahasiswi aktif di Indonesia. Para peserta akan mendapatkan benefit seperti sertifikat, konversi 20 sks, professional mentor, dan kesempatan untuk direkrut di Infinite Learning. Biaya yang dibutuhkan untuk mengikuti program di Infinite Learning yaitu sebesar 2,5 juta/semester yang sudah merupakan harga subsidi dari harga asli sebesar 6,5 juta/semester. Prospek ke depan setelah menyelesaikan program pelatihan di Infinite Learning, peserta akan memiliki kesempatan untuk dapat ditarik ke perusahaan nasional maupun

internasional dan memiliki kesempatan untuk ditarik oleh Infinite Learning sendiri. Selain itu, para alumni program juga memiliki kesempatan untuk diundang dalam acara Infinite Learning untuk memamerkan karya-karyanya yang mana acara ini mendatangkan investor dari industri dan alumni program juga berkesempatan untuk ditarik oleh investor. Pada wawancara bersama Kak Mayang Kasmita, beliau cenderung ingin jika perancangan *motion graphic* yang digarap penulis dipublikasikan melalui kanal YouTube milik Infinite Learning karena konten yang tersedia pada YouTube Infinite Learning masih sangat minim dan baru memiliki 2.640 *subscriber*.

Penulis melakukan survei dengan melalui kuesioner dengan tanggapan 38 responden dengan karakteristik berusia sekitar 17 hingga 25 tahun, merupakan mahasiswa/mahasiswi aktif yang berada di Indonesia, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dan memiliki ketertarikan dalam dunia teknologi digital terkait pengetahuan masyarakat terhadap lembaga pendidikan/pelatihan teknologi digital dan juga pengetahuan masyarakat terhadap Infinite Learning dengan teknik distribusi *online* melalui media google form.



Gambar 1. Hasil polling kuesioner
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Data di atas menunjukkan bahwa yang terbanyak 26,3% orang memilih RevoU sebagai lembaga pelatihan teknologi digital yang paling sering didengar, dan data paling sedikit menunjukkan hanya 5,3% orang yang memilih Infinite Learning sebagai lembaga pelatihan teknologi digital yang paling sering didengar. Pengetahuan masyarakat terhadap Infinite Learning juga masih minim dengan data sebanyak 86,8% orang belum mengetahui Infinite Learning, 7,9% mungkin mengetahui Infinite Learning, dan 5,3% yang mengetahui Infinite Learning. Masyarakat juga banyak yang belum mengetahui program-program pelatihan teknologi digital yang ditawarkan Infinite Learning. Terdapat 92,1% orang tidak mengetahuinya, 5,3% mungkin mengetahuinya, dan hanya 2,6% yang tahu akan program-program Infinite Learning.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT dapat dilakukan dengan cara menganalisis faktor secara internal yang berupa *Strengths* (kekuatan) serta *Weakness* (kelemahan) dan juga faktor secara eksternal yang berupa *Opportunity* (peluang) serta *Threats* (ancaman) (Rangkuti, 2006).

Tabel 1. Matriks Analisis SWOT
[Sumber: Penulis]

Internal (S-W)	Strengths	Weaknesses
Eksternal (O-T)	1. Infinite Learning yang memiliki telah bekerja sama dengan berbagai macam institusi baik nasional dan internasional. 2. Infinite Learning memiliki keunggulan seperti program yang mengutamakan teknologi modern dengan kurikulum yang mumpuni dalam industri.	1. Belum banyak masyarakat yang tahu akan Infinite Learning dan program-programnya. 2. Popularitas Infinite Learning dalam media sosial seperti Instagram dan YouTube juga masih kurang.
Opportunities	S-O	W-O
1. Pembelajaran secara online yang kini semakin diminati oleh masyarakat karena fleksibilitasnya dan mudah diikuti ditengah kesibukan lain. 2. Peluang untuk membuat media informasi yang lebih menarik.	(S1-O1) Menciptakan peluang kerjasama yang lebih lebar lagi secara nasional dan internasional. (S2-O2) Pembuatan media informasi di sosial media untuk mengenalkan program-program Infinite Learning kepada audiens secara informatif dan menarik.	(W1-O2) Dengan memanfaatkan peluang untuk mengenalkan programnya melalui media informasi digital yang menarik dan kreatif sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Infinite Learning dan program-programnya.
Threats	S-T	W-T
1. Adanya situs <i>open source</i> atau penyedia pembelajaran <i>online</i> secara gratis seperti website, media sosial, dan sebagainya. 2. Jaringan yang lemah sewaktu-waktu.	(S1-T1) Infinite Learning dapat mengembangkan program-programnya yang bersertifikasi nasional dan internasional sebagai <i>value</i> yang lebih dibandingkan dengan platform <i>online</i> gratis. (S2-T2) Dapat mengoptimalkan fitur akses yang lebih fleksibel sehingga dapat diakses atau diunduh secara <i>offline</i> .	(W1-T1) Infinite Learning dapat meningkatkan <i>brand awareness</i> -nya dengan membuat media informasi yang menarik dengan mengenalkan keunggulan atau benefit yang tidak dimiliki oleh platform gratis.

Dapat disimpulkan dengan menggabungkan strategi *Weakness* dan *Opportunity* pada strategi (W1-O2) didapatkan jika Infinite Learning dapat memanfaatkan peluang untuk mengenalkan programnya melalui media informasi digital yang menarik dan kreatif sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Infinite Learning dan program-programnya.

Perancangan ini memakai metode perancangan yang sering digunakan dalam perancangan animasi dengan menggunakan metode perancangan *pipeline animation* (Santoso, 2013 dalam Margery dan Saputra, 2023).



Gambar 2. Metode Perancangan *Pipeline Animation*
[Sumber: Santoso, 2013]

Pipeline animation ini akan diaplikasikan ke dalam metode perancangan *motion graphic* yang akan melalui tiga tahap yaitu proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi akan dilakukan perumusan konsep desain dan isi konten, pembuatan *scriptwriting* dan *Storyboard*. Kemudian pada tahap produksi dilakukan perancangan asset dan pembuatan *motion graphic*. Pada tahap akhir yaitu pasca produksi dilakukan *audio editing*, *finishing*, hingga *rendering* dan publikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pra Produksi

Target Audiens

Target audiens yang dituju menurut demografinya adalah mahasiswa maupun mahasiswi dengan usia sekitar 17 hingga 25 tahun. Mahasiswa ataupun mahasiswi yang dimaksud di sini adalah semua mahasiswa mahasiswi yang terdaftar di perguruan tinggi negeri maupun swasta yang tercatat. Target audiens yang dituju menurut geografisnya adalah dalam lingkup negara Indonesia. Target audiens ini merupakan mahasiswa maupun mahasiswi dari seluruh Indonesia karena program yang dilaksanakan bersifat *online* sehingga semua mahasiswa mahasiswi yang mengikuti pun fleksibel dari daerah mana saja di seluruh penjuru Indonesia. Target audiens yang dituju menurut psikografisnya adalah para mahasiswa mahasiswi dari perguruan tinggi di Indonesia yang memiliki kecenderungan minat untuk belajar teknologi digital.

Konsep Kreatif

What to Say

Pesan yang akan disampaikan dalam perancangan ini adalah untuk memberikan informasi mengenai program-program utama di Infinite Learning di Indonesia. Hal ini memiliki tujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat sehingga lebih mengetahui Infinite Learning beserta program-program yang diselenggarakan dan menarik minat audiens. Hal yang akan disampaikan di dalam perancangan yaitu ajakan kepada masyarakat yang bingung akan bagaimana cara meng-improve skill digital mereka, khususnya ditujukan kepada mahasiswa yang mendapatkan ijin dari kampus dan memiliki komitmen selama 5 bulan untuk bergabung dengan program-program di Infinite Learning yang terdiri dari *Web Development & UI/UX Design, Android Mobile Development & UI/UX Design, Game Design Development, Linux System Administration, Artificial Intelligence, Computer Network & Security*, hingga *Digital Marketing* beserta apa saja hal yang akan dipelajari pada masing-masing program. Kemudian akan disampaikan pula terkait benefit-benefit yang akan didapatkan oleh para peserta, biaya yang perlu dikeluarkan untuk mengikuti program-program tersebut, serta informasi media sosial milik Infinite Learning.

How to Say

Cara penyampaian pesan yang akan digunakan dalam perancangan ini menggunakan media *motion graphic* yang bersifat rasional yang berisi tentang informasi terkait program-program di Infinite Learning. Warna-warna utama yang digunakan yaitu ungu dan kuning sesuai dengan *color palette* dari Infinite Learning sendiri. Selain media utama berupa *motion graphic*, ditambahkan juga dengan x-banner, poster cetak, poster digital, dan brosur sebagai media pendukung.

Storyline

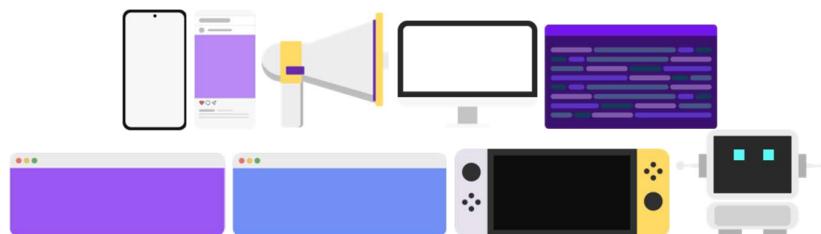
Pada perancangan *motion graphic* ini diawali dengan *scene* intro berisi ajakan kepada masyarakat yang bingung akan bagaimana cara meng-improve skill digital mereka, khususnya ditujukan kepada mahasiswa yang mendapatkan ijin dari kampus dan memiliki komitmen selama 5 bulan untuk bergabung Infinite Learning pada program Kampus Merdeka Batch 8 yang kemudian dilanjut dengan pertanyaan apa saja program-program yang tersedia. Kemudian *scene* dilanjutkan dengan program-program yang tersedia terdiri dari *Web Development & UI/UX Design, Android Mobile Development & UI/UX Design, Game Design Development, Linux System Administration, Artificial Intelligence, Computer Network & Security*, hingga *Digital Marketing* selain itu, ditampilkan juga apa saja hal yang akan dipelajari pada masing-masing program. Kemudian muncul *scene* yang menampilkan benefit-benefit yang akan didapatkan oleh para peserta, biaya yang perlu dikeluarkan untuk mengikuti program-program tersebut, serta informasi media sosial milik Infinite Learning.

Script & Storyboard

Gambar 3. Script dan Storyboard
[Sumber: Penulis]

3.2 Produksi Perancangan Asset

Sebelum membuat *motion graphic*, penulis membuat rancangan assets yang akan dianimasikan dalam pembuatan *motion graphic*. *Color palette* yang digunakan dalam perancangan mengacu kepada *color palette* yang sering digunakan oleh Infinite Learning dengan warna utama ungu dan kuning. Perancangan asset berikut dibuat menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2020.



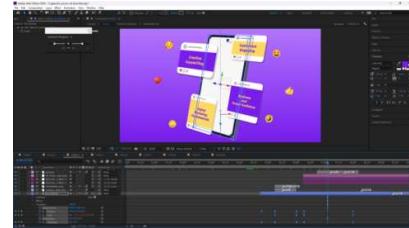
Gambar 4. Perancangan Asset Milik Penulis
[Sumber: Penulis]



Gambar 5. Asset Maskot Milik Perusahaan
[Sumber: Perusahaan]

Pembuatan *Motion Graphic*

Setelah merancang asset-asset yang akan digunakan, tahap selanjutnya yaitu menganimasikan asset-asset dengan menggunakan *software* Adobe After Effect CC 2020. Berikut merupakan tangkapan layar proses pembuatan *motion graphic* pada *scene Digital Marketing* yang mana penulis menganimasikan *android phone* dengan mengaktifkan layer 3d sehingga dapat dianimasikan berputar khususnya pada sumbu Y. Instagram *pop-up* juga dianimasikan seperti muncul dari ukuran yang sangat kecil ke ukuran besar.



Gambar 6. Pembuatan *Motion Graphic*
[Sumber: Penulis]

3.3 Pasca Produksi *Audio Editing & Finishing*

Pada tahap *audio editing*, penulis melakukan *voice over* yang direkam menggunakan *software* Adobe Audition CC 2020. *Voice over* yang dimasukkan mengacu kepada *script* yang telah dibuat sebelumnya. Selain *voice over*, penulis juga menambahkan *background music* yang diunduh dari *platform* freetouse.com dengan judul *Succesful* karya Aylex. Penulis juga menambahkan beberapa *sound effects* seperti suara “*swoosh*”, “*pop*”, “*click*”. *Sound effects* yang didapatkan berasal dari Mister Horse *Premiere Composer*. Pada tahap *finishing*, penulis menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC 2020 untuk melakukan pengeditan akhir. Penulis menambahkan *voice over* yang telah direkam, *background music* yang kemudian diatur volume levelnya, dan menambahkan *sound effects*.

Hasil Render



Gambar 7. Hasil Render
[Sumber: Penulis]

Mock Up

Selain media utama berupa *motion graphic* yang ditayangkan di YouTube, terdapat beberapa media pendukung yaitu poster cetak dan digital, x-banner, dan brosur.



Gambar 8. *Mock Up*
[Sumber: Penulis]

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Hasil pembahasan dari tugas akhir penulis yang berjudul Perancangan *Motion Graphic* sebagai Media Informasi Pengenalan Program Infinite Learning dapat disimpulkan bahwa Infinite Learning merupakan sebuah lembaga pelatihan teknologi digital yang professional namun belum terlalu banyak masyarakat yang mengenal Infinite Learning beserta program-programnya.

Berhubung dengan permasalahan di atas, penulis membuat perancangan media informasi berupa *motion graphic* untuk memperkenalkan program-program Infinite Learning kepada masyarakat khususnya dengan target audiens mahasiswa-mahasiswa aktif berusia 17-25 tahun.

Setelah pengumpulan data dan analisis, proses pembuatan perancangan ini melalui beberapa tahap yang dimulai dari tahap pra produksi (*storyline*, *script*, dan *Storyboard*), produksi (perancangan asset, pembuatan *motion graphic*), pasca produksi (penambahan *voice over*, *background music*, *sound effects*, dan *finishing*). Media utama yang digunakan berupa *motion graphic* diunggah di YouTube, dilengkapi dengan media pendukung berupa poster, x-banner, dan brosur.

4.2. Saran

Perancangan *Motion Graphic* sebagai Media Informasi Pengenalan Program Infinite Learning yang dibuat oleh penulis bertujuan untuk mengenalkan program-program Infinite Learning kepada masyarakat dan diharapkan kegiatan serupa akan terus berlanjut dan semakin banyak masyarakat yang mengenal Infinite Learning dan berminat untuk bergabung mempelajari teknologi digital sehingga dapat meningkatkan skill digital para pemuda-pemudi di Indonesia. Penulis harapkan di masa mendatang akan terdapat kelanjutan yang dapat melanjutkan perancangan media informasi ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. T. 2024. Adobe Premiere Pro, ITCC.
- Ambarwati, D., Wibowo, UB., Arsyadanti, H., & Susanti, S. 2021. ‘Studi literatur: Peran inovasi pendidikan pada pembelajaran berbasis teknologi digital’, Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan, vol. 8, no. 2, pp. 173–184.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. 2014. Desain Komunikasi Visual, Nuansa Cendekia.
- Arifin, S. 2023. Apa Itu Motion Graphic? Kegunaan dan Pentingnya Skills Motion Graphic | Berita | Gamelab Indonesia, Gamelab.ID.

- Coates, K., & Ellison, A. 2014. An introduction to information design, Laurence King Publishing, London.
- Danuri, M. 2019. ‘PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL’, Jurnal Ilmiah Infokam, vol. 15, no. 2.
- Dianingrum, Y. 2021. ‘Pemahaman Siswa SD Terhadap Materi Pembelajaran Bahasa Jawa Ditinjau dari Minat Baca’, Thesis, STKIP PGRI PACITAN.
- Firdausiah, S., Karlina, N.H. 2022. PERANCANGAN MOTION GRAPHIC “YUK! KENALI PUBERTAS” BAGI REMAJA DI KAMPUNG KB GUGUNUNGAN KAB. BANDUNG. Salsabila Firdausiah: 186010028 (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual).
- Gumelar, M. S. 2024, Mastering the Art of Screenwriting & Storyboard, An1mage.
- Gufron, A. D. 2022. Pengaruh Atention, Interest, Desire, Action dalam media informasi dan sosial terhadap keputusan pembelian Supermi di Swalayan Aneka Jaya Smart Jepara secara parsial maupun secara simultan (Doctoral dissertation, IAIN Kudus).
- Jabat, D. E. B., & Saragih, V. 2021. Perkembangan Startup Teknologi Pendidikan (EdTech) di Masa Pandemi Covid-19. SKYLANDSEA PROFESIONAL Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi, 1(2), pp.75-80.
- Kasmita, M., Iranita, I., & Jalal, A. 2023. ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS LEMBAGA PENDIDIKAN BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL (Studi Pada Infinite Learning) (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Kemnaker. (n.d.). [https://e-training.kemnaker.go.id/asset/directory/bm/434/MENGOPERASIKAN PERANGKAT LUNAK DESAIN/4- Buku Informasi Pengenalan Adobe Ilustrator \(2\).pdf](https://e-training.kemnaker.go.id/asset/directory/bm/434/MENGOPERASIKAN PERANGKAT LUNAK DESAIN/4- Buku Informasi Pengenalan Adobe Ilustrator (2).pdf)
- Margery, F. and Saputra, G., 2023. PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI ALTERNATIF MUSEUM BAHARI JAKARTA. Titik Imaji, 6(1).
- Mou, T.Y., Jeng, T.S. and Chen, C.H., 2013. From storyboard to story: Animation content development. Educational Research and Reviews, 8(13), p.1032.
- Muallif 2023, Iklan: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenisnya, Universitas Islam An Nur Lampung.
- MyEduSolve. (n.d.). Adobe after effects Untuk Apa? <https://myedusolve.com/id/blog/after-effects-adalah-pengertian-fungsi-dan-tools-unggulannya>
- Nafi'ah, I. 2017. Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Nugraha, R.N., & Raditia, W. 2023. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta. Jurnal Daya Saing, 9(1), pp.222-228.
- Petelin, R., 2005. Adobe Audition: Soundtracks for Digital Video. Firewall Media.
- Priadana, M.S. and Sunarsi, D., 2021. Metode penelitian kuantitatif. Pascal Books.
- Purwadhika | Bootcamp Digital Terpercaya Sejak 1987 n.d., Purwadhika.
- Rangkuti, F., 2006. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- RevoU | Indonesia's Largest Live Online Learning Community n.d., revou.co.
- Rizal, M., Butsiarah, B., & Pahany, M. A. 2021. ‘PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI STMIK AKBA’, Journal of Information System Management (JOISM), vol. 3, no. 2, pp. 36–43.
- Rusdiana, A. 2014. Konsep inovasi pendidikan.
- Sasmita, G.G. 2015. Rancang Bangun Media Informasi Bis Umum Di Terminal Purwokerto Berbasis Android (A Design Of Media Information Of Bus In Purwokerto Bus Station Android Based) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO).
- Sayuti, M, Yusril, & Syafwandi. 2022. ‘Motion Graphic Media Informasi Wisata Kompleks Percandian Muara Jambi’, Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, pp. 1–9.
- Suyanto, M. 2004. Aplikasi desain grafis untuk periklanan. Penerbit Andi.
- Vinanditha, C. and Almigo, N. 2023. Studi Independent Web Development di PT. Kinema Systrans Multimedia. AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(3), pp.406-412.

- Wibowo, H. Y. 2011. Implementasi Teknik Sound Effect dan Voice Over dalam Pembuatan Video Dokumenter Perlindungan Anak di Kawasan Lokalisasi Dolly. EEPIS Final Project.
- Yohanes, M & Shania 2021, ‘Perancangan Ensiklopedia untuk Memahami Perbedaan Antara Rasa Takut Biasa dengan Fobia pada Remaja dan Dewasa’, Bachelor Thesis , Universitas Multimedia Nusantara.