
PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PROGRAM INDONESIA DIGITAL TRIBE (IDT)

Agil Pangestu¹, Erisa Adyati Rahmasari²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual S-1, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Email: 114201802998@mhs.dinus.ac.id¹, erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id²

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :
Diterima : 4 Mei 2022
Disetujui : 22 Juli 2022

Kata Kunci :
Industri Digital, Media Sosialisasi,
Motion Graphic.

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia semakin menggalakkan pembangunan dan perkembangan masyarakat digital melalui Gerakan Akselerasi Generasi Digital, yang disebut Indonesia Digital Tribe. Akan tetapi program tersebut belum memiliki cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Oleh karena itu diperlukan rancangan media sosialisasi dalam bentuk *motion graphic*, yang dinilai lebih menarik perhatian karena unik dan variatif daripada media sosialisasi berbentuk *still image*. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan *motion graphic* ini adalah kualitatif dan menggunakan analisis 5W+1H yang bertujuan untuk yang mengenalkan serta mempermudah sosialisasi konten acara. Perancangan ini menghasilkan media sosialisasi *motion graphic* yang menampilkan konten dan kebutuhan visual acara dengan konsep kreatif dan visualisasi yang lebih unik, menarik, serta interaktif.

ARTICLE INFO

Article History :
Received : May 4, 2022
Accepted : July 22, 2022

Keywords:
Digital Industry, *Motion Graphic*,
Socialization Media.

ABSTRACT

The Indonesian government is increasingly promoting the development of digital society through the Digital Generation Acceleration Movement, which is called the Indonesia Digital Tribe. However, the program does not yet have a way to convey information to the broader community. So it is necessary to design socialization media in motion graphics, which are considered more attractive because they are unique and varied than socialization media in the form of still images. The research method used in the design of this motion graphic is qualitative and uses 5W+1H analysis, which aims to introduce and facilitate the socialization of event content. This design produces motion graphic socialization media that displays the content and visual needs of the event with creative concepts and visualizations that are more unique, interesting, and interactive.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri digital di Indonesia di kala ini hadapi perkembangan yang sangat pesat. Perihal itu disebabkan kedudukan industri digital dalam menunjang perkembangan ekonomi terus menjadi dialami. Tidak cuma itu, industri digital diharapkan sanggup jadi salah satu penggerak perekonomian, paling utama dalam menunjang zona UMKM di Indonesia yang jumlahnya sangat besar.

Ekonomi digital merupakan tanda perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada masa depan, hal tersebut ditunjukkan melalui perkembangan perdagangan yang menggunakan layanan internet dijadikan media untuk berkomunikasi, berkolaborasi dan bekerja sama antara individu atau perusahaan.

Ekonomi digital Indonesia mengalami pertumbuhan dan potensinya pada tahun 2025 diperkirakan mencapai USD 146 miliar. Hingga kini Indonesia telah memiliki ribuan startup dan beberapa di antaranya termasuk 1 startup berstatus decacorn, 7 startup berstatus unicorn, dan sejumlah startup lainnya yang disebut akan menyandang status unicorn juga.

Pemerintah Indonesia saat ini semakin menggalakkan pembangunan dan perkembangan masyarakat digital untuk mendukung perkembangan ekonomi Indonesia terutama pada era digital saat ini. Salah satu wujud komitmen pemerintah Indonesia saat ini adalah Gerakan Akselerasi Generasi Digital, yang dinamakan Indonesia Digital Tribe (IDT).

Indonesia Digital Tribe atau IDT merupakan suatu gerakan yang memiliki tujuan untuk menyiapkan generasi muda Indonesia agar ikut serta andil dan membuat suatu karya dengan menjadi talenta digital muda Indonesia. Program Indonesia Digital Tribe berusaha menyiapkan para calon talenta tersebut untuk menjadi digital-ready talent atau digital entrepreneur di saat pertumbuhan ekonomi Indonesia modern yang mulai didominasi oleh pesatnya teknologi dan informasi. Tahun ini, Indonesia Digital Tribe berkolaborasi bersama dengan Narasi dan ITDRI untuk melaksanakan dan melancarkan program ini yang disponsori oleh Telkom, BRI, dan Bank Mandiri (Indonesia Digital Tribe, 2021).

Indonesia Digital Tribe masih belum memiliki suatu media sosialisasi yang tepat dan unik serta dapat membedakan program tersebut dari program lain yang serupa. Indonesia Digital Tribe memerlukan beberapa media sosialisasi untuk melakukan kegiatan sosialisasi. Selain itu Indonesia Digital Tribe juga ingin membuat media sosialisasi yang dapat mencerminkan citra generasi talenta digital muda Indonesia. Ini dilakukan untuk dapat membedakan program Indonesia Digital Tribe dari program lainnya dan tentunya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Kegiatan sosialisasi bisa dilakukan secara langsung maupun melalui media sosialisasi. Media sosialisasi adalah tempat berlangsungnya seorang individu melakukan kegiatan sosialisasi, yang disebut dengan sarana sosialisasi atau agen sosialisasi. Agen sosialisasi merupakan seorang individu yang membantu individu lainnya untuk mendapatkan pembentukan sikap atau nilai-nilai yang sesuai dengan tempat serta perilaku individu yang ada di dalam kelompoknya terhadap sesuatu yang menjadikannya berperan dan berfungsi dalam suatu kelompok masyarakat tersebut. (Soekanto, 2005). Berbagai media dan kemasan dapat digunakan untuk menyampaikan informasi terkait program di era digital saat ini. Media merupakan suatu cara dan penyambung dalam kegiatan penyampaian pesan atau informasi dari pengirim kepada penerima, dan dapat merangsang pikiran, perhatian, sikap, atau memperoleh pengetahuan tergantung pada informasi yang disampaikan (Suryani, Setiawan, & Putra, 2018). Jadi, sosialisasi adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang dalam suatu budaya masyarakat.

Berdasarkan rapat dan diskusi dengan panitia Indonesia Digital Tribe yang telah dilakukan dengan penulis, proses penyampaian ide dan brainstorming menghasilkan pendapat bahwa media sosialisasi dalam bentuk motion graphic dinilai lebih menarik perhatian karena keunikan dan variasinya daripada media sosialisasi biasa yang berbentuk still graphic design yang monoton dan tidak bervariasi. Selain itu, penyajian informasi dalam hal sosialisasi secara digital saat ini, motion graphic merupakan suatu hal yang dinilai dapat mengenalkan program Indonesia Digital Tribe kepada masyarakat yang lebih luas serta diharapkan dapat mencerminkan citra generasi talenta

digital muda Indonesia. Oleh karena itu, motion graphic dipilih penulis untuk digunakan sebagai media sosialisasi program Indonesia Digital Tribe (IDT) dalam perancangan ini yang memiliki judul “PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PROGRAM INDONESIA DIGITAL TRIBE (IDT)”.

2. METODE

2.1. Pengumpulan Data

2.1.1. Data Klien

1) PT. Narasi Citra Sahwahita



2.1 Logo Narasi

[Sumber: www.narasi.tv]

Nama : PT. Narasi Citra Sahwahita
Alamat : Intiland Tower Lt. 20 Jl. Jend. Sudirman Kav. 32, Jakarta Pusat, 10220
Telepon : 021-57939176
Fax : 021-57930649
Alamat Surel : redaksi@narasi.tv
socialmedia@narasi.tv
Situs Web : www.narasi.tv
Media Sosial :
a. Instagram : [@narasi.tv](https://www.instagram.com/narasi.tv)
b. Facebook : [Narasi.tv](https://www.facebook.com/Narasi.tv)
c. Twitter : [@narasi.tv](https://twitter.com/narasi.tv)
d. Tiktok : [@narasi.tv](https://www.tiktok.com/@narasi.tv)
f. YouTube : [Narasi.tv](https://www.youtube.com/Narasi.tv)

2) Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia



2.2 Logo Kementerian BUMN

[Sumber: www.bumn.go.id]

Nama : Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia
Alamat : Jl. Medan Merdeka Selatan No. 13, Gambir, RT.11/RW.2, RT.11/RW.2
Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta, 10110
Telepon : (021) 2993 5678
Alamat Surel :
a. Pengaduan : kbumn.ri@bumn.go.id
b. Persuratan : pendok.kbumn@bumn.go.id
Situs Web : www.bumn.go.id

Media Sosial :

- a. Instagram : @kementerianbum
- b. Twitter : @kemenbumn
- c. Facebook : Kementerian BUMN RI
- d. YouTube : KEMENTERIAN BUMN RI

3) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia



**Kementerian Pendidikan,
Kebudayaan, Riset, dan Teknologi**

2.3 Logo Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia

[Sumber: www.kemdikbud.go.id]

- Nama : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia
- Alamat : Kompleks Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta Pusat 10270
- Telepon : 021 5733125
- Alamat Surel : pengaduan@kemdikbud.go.id
- Situs Web : www.kemdikbud.go.id
- Media Sosial :
- a. Twitter : @Kemdikbud_RI
 - b. Facebook : [fb.com/Kemdikbud.RI](https://www.facebook.com/Kemdikbud.RI)
 - c. Youtube : KEMENDIKBUD RI
 - d. Instagram : @kemdikbud.ri

2.1.2. Data Primer

Penulis melakukan observasi dengan mengakses situs web, media sosial serta brief dari klien untuk memperoleh data serta informasi yang penulis butuhkan dalam perancangan terkait konsep dan visual key motion graphic.

2.1.3. Data Sekunder

Penulis mencari data yang tersedia dan dapat diperoleh secara tidak langsung menggunakan metode studi pustaka berdasarkan sumber data terkait. Penulis mencari data sekunder dalam perancangan ini diperoleh dari metode literatur secara daring dari internet. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari jurnal, skripsi, buku, media sosial serta situs web yang memiliki keterkaitan dengan topik yang diangkat.

2.2. Analisis Data

2.2.1 Analisis

Berdasarkan data yang sudah diperoleh penulis, menghasilkan analisis sebagai berikut:

1) What

Indonesia Digital Tribe belum memiliki media sosialisasi, sehingga program tersebut tidak mudah dikenali oleh masyarakat luas.

2) Who

Target audience yang dituju dari program Indonesia Digital Tribe adalah seluruh masyarakat Indonesia terutama para talenta digital muda, mulai dari usia 18 tahun hingga 45 tahun.

3) When

Hasil atau output perancangan video motion graphic ini akan dipublikasikan ketika sebelum acara Indonesia Digital Tribe yaitu dari bulan Desember 2021 hingga berakhirnya program tersebut.

4) Where

Hasil motion graphic pada perancangan ini akan dipublikasikan pada media sosial dan situs web Indonesia Digital Tribe, Narasi, Kementerian BUMN, Kementerian Pendidikan,

Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Selain itu juga akan ditampilkan pada venue acara saat pembukaan program Indonesia Digital Tribe di Jakarta Convention Center.

5) Why

Karena program Indonesia Digital Tribe merupakan program yang sangat baru, serta belum memiliki suatu media sosialisasi sehingga akses kepada program tersebut tidak mudah diakses oleh audience.

6) How

Merancang video motion graphic sebagai media sosialisasi untuk Indonesia Digital Tribe yang dapat mengenalkan program tersebut kepada masyarakat Indonesia. Berdasarkan diskusi pada proses brainstorming dengan panitia Indonesia Digital Tribe dan tim Narasi, motion graphic dipilih sebagai media sosialisasi program Indonesia Digital Tribe karena motion graphic dinilai lebih menarik, unik, serta lebih interaktif dibandingkan media still graphic design yang biasa dan monoton.

2.2.2. Kesimpulan Analisis

Berdasarkan analisis yang telah dihasilkan serta dari data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis, maka akan dilakukan perancangan video motion graphic yang akan digunakan sebagai media sosialisasi yang berisi pengenalan, konten-konten isi acara, serta kebutuhan visual motion graphic lainnya dalam program Indonesia Digital Tribe. Media sosialisasi tersebut difokuskan untuk pengenalan serta mendukung kebutuhan visual pada program Indonesia Digital Tribe. Pemilihan media sosialisasi dalam bentuk motion graphic ini dikarenakan informasi yang ditampilkan akan terlihat menarik, simpel, dan mudah dimengerti oleh audience atau penonton.

2.3. Metode Perancangan

2.3.1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan sebelum pembuatan video motion graphic, yaitu:

1) Brainstorming & Pengembangan Ide

Melalui proses brainstorming akan memunculkan ide-ide guna untuk menunjang pembuatan konsep yang lebih baik dalam perancangan motion graphic.

2) Concept

Motion graphic disini nantinya akan menggunakan konsep visual dengan gaya flat design. Flat design akan membuat penampilan menjadi lebih ringan dan mudah untuk dipahami oleh audience.

3) File Management

File management berfungsi untuk meminimalisasi risiko kehilangan data dengan melakukan back up, selain disimpan secara konvensional pada perangkat, back up dilakukan pada penyimpanan cloud.

2.3.2. Produksi

Pada tahapan ini, ide dan konsep sudah memasuki fase untuk siap dibuat menjadi motion graphic.

1) Penyiapan Aset

Aset nantinya dibuat menyesuaikan konsep yang telah dirancang. Pembuatan aset menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator.

2) Animating

Animating dilakukan untuk membuat animasi atau gerakan motion graphic hingga transisi yang disesuaikan dengan ide dan konsep yang telah dibuat, proses motion graphic ini menggunakan perangkat lunak yang bernama Adobe After Effects.

3) Penambahan Audio

Audio diperlukan untuk mendukung motion graphic agar lebih hidup dan menarik dengan berupa background music, dan sound effects yang dicari dari internet dengan perizinan copyrights gratis untuk penggunaan komersial.

2.3.3. Pasca Produksi

Setelah rangkaian proses pra produksi dan produksi, tahapan selanjutnya merupakan tahapan akhir dalam pembuatan motion graphic ini.

1) Rendering

Rendering dilakukan untuk mengolah hasil output motion graphic yang nantinya akan berfungsi preview untuk disampaikan ke pihak Indonesia Digital Tribe untuk mendapatkan feedback dan evaluasi.

2) Evaluasi

Pada tahapan ini, motion graphic akan mendapatkan review serta feedback atau evaluasi dari pihak panitia Indonesia Digital Tribe. Evaluasi berguna untuk mengetahui kesalahan dari motion graphic yang sudah dibuat.

3) Publikasi

Tahap publikasi dapat dilakukan setelah motion graphic sudah lolos review dan evaluasi sehingga layak untuk ditayangkan sebagai media sosialisasi Indonesia Digital Tribe.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konsep Kreatif

3.1.1. Tujuan Kreatif

Tujuan dari dilakukannya perancangan motion graphic ini yaitu untuk menyajikan informasi terkait program Indonesia Digital Tribe melalui visualisasi yang menarik, unik dan mudah dimengerti oleh para kandidat talenta digital. Adanya perancangan motion graphic tersebut supaya para audiens dapat memahami tentang program Indonesia Digital Tribe dan mengetahui para pengisi acara serta para mentor Indonesia Digital Tribe yang nantinya mengisi dalam acara tersebut.

3.1.2. Target Audiens

Target audiens yang dituju dari perancangan motion graphic ini yaitu para kandidat talenta digital serta masyarakat Indonesia dengan segmentasinya sebagai berikut:

1) Geografis

a. Wilayah : Indonesia

2) Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
- b. Umur : 18 – 45 tahun
- c. Tingkat Ekonomi : Menengah, Menengah ke atas

3) Psikografi

- a. Status Sosial : Menengah, Menengah ke atas
- b. Kepribadian : Pelajar, Mahasiswa, Pelaku ekonomi digital

3.1.3. Strategi Kreatif

Perancangan motion graphic ini menggunakan strategi kreatif sesuai dengan tujuan kreatif yang telah disampaikan yaitu untuk menyajikan informasi mengenai program Indonesia Digital Tribe kepada para calon talenta digital. Dalam perancangan ini, proses penyampaian informasi mengenai Indonesia Digital Tribe disajikan melalui visualisasi yang menarik, eye-catching, efektif, dan penuh warna yang dapat memberikan kesan inovasi digital sehingga diharapkan para calon talenta digital dapat mudah mengenal serta memahami informasi yang disampaikan program Indonesia Digital Tribe.

3.1.4. Storyline

Storyline yang akan dirancang pada motion graphic Indonesia Digital Tribe dihasilkan dengan beberapa diskusi pada tahap pra produksi melalui proses brainstorming dan pengembangan ide yang melibatkan pihak panitia Indonesia Digital Tribe dengan para desainer, sehingga menghasilkan arahan untuk membuat beberapa bumper motion graphic dengan brief rancangan sebagai berikut:

1) Bumper Motion Graphic Intro

Menampilkan introduksi serta pengenalan program Indonesia Digital Tribe.

2) Motion Graphic Background

Digunakan sebagai visual latar belakang ketika acara berlangsung.

3) Bumper Motion Graphic Lineup Pembicara

Digunakan sebagai pengenalan beberapa lineup pembicara yang hadir dalam acara peluncuran Indonesia Digital Tribe.

4) Bumper Motion Graphic Lineup Entertainment

Digunakan untuk menampilkan lineup pengisi acara musik dalam acara Indonesia Digital Tribe.

5) Motion Graphic Countdown

Digunakan sebagai penghitungan mundur ketika akan dilakukan peluncuran program Indonesia Digital Tribe.

3.1.5. Script/Skenario

Pada perancangan motion graphic ini, skenario atau script dijadikan sebagai acuan ketika proses produksi dilakukan. Masing-masing skenario tersebut terdiri dari kolom audio dan visual.

Tabel 3.1: Script/Skenario Bumper Motion Graphic Utama

[Sumber: Agil Pangestu]

Visual	Audio
Transisi awal terbuka, menggunakan elemen bidang lingkaran yang telah disiapkan oleh <i>graphic designer</i> .	Musik formal modern bertema digitalisasi.
<i>Background</i> peta Indonesia yang telah disimplifikasi.	
Menampilkan teks bertuliskan “Indonesia”.	
Transisi.	
Menampilkan teks bertuliskan “Digital”, dengan <i>background</i> yang menampilkan beberapa elemen pendukung.	
Transisi.	
Menampilkan teks bertuliskan “Tribe”, dengan efek visual menggunakan elemen bidang berbentuk seperti panah ke arah atas.	
Transisi.	
Menampilkan logo IDT dan teks “Indonesia Digital Tribe” yang diberikan efek visual dengan menggunakan beberapa elemen bidang yang sesuai dengan konsep.	

Tabel 3.2: Script/Skenario Motion Graphic Background

[Sumber: Agil Pangestu]

Visual	Audio
Menampilkan teks “PERESMIAN GERAKAN AKSELERASI GENERASI DIGITAL”.	Tanpa audio.
Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.	
Logo-logo pendukung (Merah Putih Fund, IDT, Microcredential) diletakkan di bagian bawah teks utama.	
Logo sponsor diletakkan di bagian bawah dan dibagi menjadi dua bagian yaitu: -Powered by: BRI, Telkom, Mandiri. -Supported by: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.	
Elemen visual yang ditampilkan secara sederhana di bagian kanan dan kiri.	

Tabel 3.3: Script/Skenario Motion Graphic Lineup Pembicara

[Sumber: Agil Pangestu]

Visual	Audio
Transisi awal terbuka, menggunakan elemen bidang lingkaran.	Musik formal modern singkat.
<p>Muncul foto pembicara di bagian tengah.</p> <p>Teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara.</p> <p>Menampilkan teks judul sesi di bagian kiri dengan efek ketik.</p> <p>Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.</p> <p>Logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:</p> <p>-(Kiri) <i>Powered by</i>: BRI, Telkom, Mandiri.</p> <p>-(Kanan) <i>Supported by</i>: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.</p> <p>Elemen visual yang digunakan untuk <i>background</i> ditampilkan secara sederhana.</p>	

Tabel 3.4: Script/Skenario Motion Graphic Lineup Entertainment
[Sumber: Agil Pangestu]

Visual	Audio
Transisi awal terbuka, menggunakan elemen bidang lingkaran.	Musik formal modern singkat.
<p>Muncul foto pengisi acara musik di bagian tengah.</p> <p>Teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara.</p> <p>Menampilkan teks sesi “Penampilan Musik”</p> <p>Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.</p> <p>Logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:</p> <p>-(Kiri) <i>Powered by</i>: BRI, Telkom, Mandiri.</p> <p>-(Kanan) <i>Supported by</i>: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.</p> <p>Elemen visual yang digunakan untuk <i>background</i> ditampilkan secara sederhana.</p>	

Tabel 3.5: Script/Skenario Motion Graphic Countdown
[Sumber: Agil Pangestu]

Visual	Audio
Menampilkan angka dengan penghitungan mundur dari 10 hingga 1.	Musik modern menegangkan.
Elemen visual ditampilkan secara sederhana dan terlihat seperti bergetar ketika hitungan berjalan.	Efek suara hitungan mundur modern.

3.2. Konsep Media

3.2.1. Spesifikasi Teknis

Format yang akan diatur dalam perancangan motion graphic ini adalah sebagai berikut:

- 1) Ukuran/Resolusi : 1920 x 1080 pixels & 3402 x 1134 pixels
- 2) Aspect Ratio : 16:9 & 12:4
- 3) Durasi : Sekitar 10 – 16 detik

3.2.2. Platform

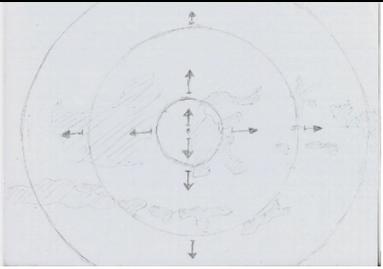
Media yang akan digunakan untuk penayangan motion graphic yang dirancang adalah stage video tron dan media sosial.

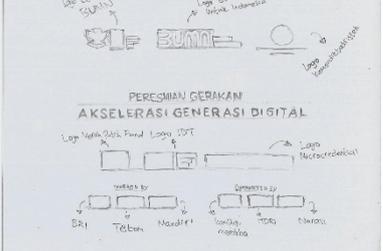
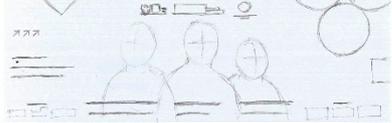
3.3. Konsep Visual

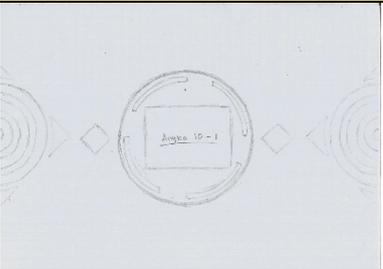
3.3.1. Storyboard

Storyboard dalam perancangan motion graphic ini menggunakan beberapa jenis kategori yang berisikan kolom Scene, Sketsa, Penjelasan Visual, Audio dan Durasi (detik:frame). Kategori tersebut menyajikan informasi terkait penggambaran awal motion graphic yang harus dibuat.

Tabel 3.6: Storyboard
[Sumber: Agil Pangestu]

Scene	Sketsa Layout	Deskripsi Visual	Audio	Durasi (detik:frame)
Bumper Motion Graphic Utama				
1		Transisi awal terbuka, menggunakan elemen bidang lingkaran yang telah disiapkan oleh <i>graphic designer</i> . <i>Background</i> peta Indonesia yang telah disimplifikasi.	Musik formal modern bertema digitalisasi. Audio: Rio – Young Rich Pixies. Artlist.io	00:00 – 00:07
2		Menampilkan teks bertuliskan “Indonesia”. <i>Background</i> peta Indonesia yang telah disimplifikasi.		00:07 – 03:00
3		Menampilkan teks bertuliskan “Digital”, dengan <i>background</i> yang menampilkan beberapa elemen pendukung.		03:00 – 06:03
4		Menampilkan teks bertuliskan “Tribe”, dengan efek visual menggunakan elemen bidang berbentuk seperti panah ke arah atas.		06:03 – 08:29

5		<p>Menampilkan logo IDT dan teks “Indonesia Digital Tribe” yang diberikan efek visual dengan menggunakan beberapa elemen bidang yang sesuai dengan konsep.</p>		08:29 – 16:00
Motion Graphic Background				
		<p>Menampilkan teks “PERESMIAN GERAKAN AKSELERASI GENERASI DIGITAL”.</p> <p>Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.</p> <p>Logo-logo pendukung (Merah Putih Fund, IDT, Microcredential) diletakkan di bagian bawah teks utama.</p> <p>Logo sponsor diletakkan di bagian bawah dan dibagi menjadi dua bagian yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Powered by:</i> BRI, Telkom, Mandiri. - <i>Supported by:</i> Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi. 	Tanpa audio	00:00 – 10:00
Bumper Motion Graphic Lineup Pembicara				
1		<p>Muncul foto pembicara di bagian tengah.</p> <p>Teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara.</p> <p>Menampilkan teks judul sesi di bagian kiri dengan efek ketik.</p> <p>Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.</p> <p>Logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - (Kiri) <i>Powered by:</i> BRI, Telkom, Mandiri. 	<p>Musik formal modern singkat.</p> <p>Audio: Encourage – Lux-Inspira, Elevation. Artlist.io</p>	00:00 – 15:00

		<p>- (Kanan) <i>Supported by:</i> Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.</p> <p>Elemen visual yang digunakan untuk background ditampilkan secara sederhana.</p>		
Bumper Motion Graphic Lineup Entertainment				
		<p>Muncul foto pengisi acara musik di bagian tengah.</p> <p>Teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara.</p> <p>Menampilkan teks sesi “Penampilan Musik” di bagian atas tengah</p> <p>Terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah.</p> <p>Logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - (Kiri) <i>Powered by:</i> BRI, Telkom, Mandiri. - (Kanan) <i>Supported by:</i> Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi. 	<p>Musik formal modern singkat.</p> <p>Audio: Encourage – Lux-Inspira, Elevation. Artlist.io</p>	00:00 – 15:00
Bumper Motion Graphic Countdown				
1		<p>Menampilkan angka dengan penghitungan mundur dari 10 hingga 1.</p> <p>Elemen visual ditampilkan secara sederhana dan terlihat seperti bergetar ketika hitungan berjalan.</p>	<p>Musik modern menegangkan.</p> <p>Efek suara hitungan mundur modern.</p> <p>Audio: Time Ticking.</p>	00:00 – 10:00

3.4. Visualisasi

3.4.1. Visualisasi Motion Graphic

1) Bumper Motion Graphic Utama

Motion graphic ini diawali dengan transisi awal yang terbuka menggunakan elemen bidang lingkaran dan terlihat latar belakang atau background peta Indonesia yang telah disimplifikasi dengan gaya pointilis. Lalu pada transisi selanjutnya menampilkan teks bertuliskan “Indonesia” yang dilanjutkan dengan menampilkan teks bertuliskan “Digital” disertai transisi, dengan latar belakang atau background yang menampilkan beberapa elemen



Gambar 3.1 Visualisasi Motion Graphic Utama pada detik 00:00 - 00:07



Gambar 3.2 Visualisasi Motion Graphic Utama pada detik 00:07 - 03:00



Gambar 3.3 Visualisasi Motion Graphic Utama pada detik 03:00 - 06:03



Gambar 3.4 Visualisasi Motion Graphic Utama pada detik 06:03 - 08:29



Gambar 3.5 Visualisasi Motion Graphic Utama pada detik 08:29 - 16:00

[Sumber: Agil Pangestu]

2) Motion Graphic Background

Motion graphic ini dirancang dengan menampilkan beberapa elemen visual yang sederhana seperti teks yang bertuliskan “PERESMIAN GERAKAN AKSELERASI GENERASI DIGITAL” diletakkan di bagian tengah sebagai judul. Lalu terdapat logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah. Selain itu juga menampilkan logo-logo pendukung (Merah Putih Fund, IDT, Microcredential) diletakkan di bagian bawah teks utama. Serta menampilkan logo sponsor diletakkan di bagian bawah dan dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- Powered by: BRI, Telkom, Mandiri.
- Supported by: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.

Elemen visual yang ditampilkan secara sederhana di bagian kanan dan kiri. Hasil visualisasi *motion graphic background* sebagai berikut:



Gambar 3.6 *Motion Graphic Background* pada detik 00:00 - 10:00
(Sumber: Agil Pangestu)

3) Motion Graphic Lineup Pembicara

Motion graphic menampilkan foto pembicara di bagian tengah dengan teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara. Lalu menampilkan teks judul sesi di bagian kiri dengan efek ketik. Selain itu juga ditampilkan logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah. Logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- (Kiri) Powered by: BRI, Telkom, Mandiri.
- (Kanan) Supported by: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.



Gambar 3.7 Visualisasi *Motion Graphic Lineup Pembicara* pada detik 00:00 - 15:00
(Sumber: Agil Pangestu)

4) Motion Graphic Lineup Entertainment

Motion graphic ini menampilkan foto pengisi acara musik di bagian tengah dengan teks nama diletakkan di bagian bawah foto pembicara. Menampilkan teks sesi "Penampilan Musik" di bagian atas tengah. Selain itu juga menampilkan logo BUMN dan Kemendikbudristek di bagian atas tengah serta logo sponsor diletakkan di bagian bawah kanan dan bawah kiri yang dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- (Kiri) Powered by: BRI, Telkom, Mandiri.
- (Kanan) Supported by: Kampus Merdeka, ITDRI, Narasi.

Elemen visual yang digunakan untuk background ditampilkan secara sederhana. Hasil visualisasi motion graphic lineup entertainment sebagai berikut:



Gambar 3.8 Visualisasi *Motion Graphic Lineup Entertainment* pada detik 00:00 - 15:00
(Sumber: Agil Pangestu)

5) Motion Graphic Countdown



Gambar 3.9 Visualisasi *Motion Graphic Countdown* pada detik 00:00 - 10:00
(Sumber: Agil Pangestu)

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Sesuai hasil pada perancangan motion graphic Indonesia Digital Tribe yang telah dibuat oleh penulis, dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

- 1) Melalui diskusi penulis dengan panitia Indonesia Digital Tribe, visualisasi desain grafis yang berupa gambar statis pada acara Indonesia Digital Tribe dinilai cukup memberikan tampilan visual yang bagus. Akan tetapi hanya teks dan tampilan gambar diam/statis yang terbatas dan belum bisa memberikan kesan unik, menarik dan interaktif. Maka dari itu, perancangan motion graphic yang telah dibuat oleh penulis dapat menampilkan visualisasi serta informasi yang dikemas dalam bentuk motion graphic dengan menggunakan konsep kreatif serta konsep visual yang lebih unik, lebih menarik, serta lebih interaktif sehingga para calon talenta digital dan masyarakat akan mudah mengenal serta tertarik terhadap program yang ada dalam acara Indonesia Digital Tribe.

- 2) Hasil dari perancangan motion graphic disesuaikan dengan segmentasi audiens untuk menyampaikan informasi terkait acara Indonesia Digital Tribe. Media yang dipilih oleh penulis untuk menampilkan hasil motion graphic tersebut yaitu media utama berupa stage video tron, dan media pendukung berupa media sosial Instagram dan YouTube yang diharapkan dapat menarik perhatian serta minat calon talenta digital dan masyarakat.

4.2. Saran

Perancangan motion graphic sebagai media sosialisasi dapat dikembangkan dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini:

Untuk penyelenggara acara Indonesia Digital Tribe diharapkan dapat memanfaatkan dan mengembangkan media sosialisasi yang unik serta menarik agar program yang ada dalam acara tersebut menjadi lebih maksimal, karena media sosialisasi merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi dan sarana penyampaian informasi kepada masyarakat yang lebih luas, sehingga nantinya dapat meningkatkan minat masyarakat terutama para calon talenta digital.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual. Dasar – Dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Darmaprawira, S. (2002). *Penggunaannya, Warna: Teori dan Kreativitas*. Bandung: Penerbit ITB.
- Indonesia Digital Tribe. (2021, Desember 15). Diambil kembali dari Indonesia Digital Tribe: www.indonesiadigitaltribe.id
- Prasetya, D. O., & Hasyim, N. (2020). PERANCANGAN ANIMASI MOTION GRAPHIC UNTUK MEMPERKENALKAN ABILITY (KEMAMPUAN) FITUR-FITUR MTARGET KEPADA CALON PENGGUNA. *Jurnal Citrakara*, 29.
- Rustan, S. (2011). *Font dan Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia. *INFO Singkat*, 19.
- Soekanto, S. (2005). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suryani, N., Setiawan, A., & Putra, A. (2018). Media Pembelajaran Inovatif dan Pengembangannya. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*, 47-108.
- Wardhani, R. K. (2014). PERANCANGAN VIDEO DOKUMENTER “AUTISME”. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain*, 1-9.