

PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI KLINIK HILAL MEDIKA MAKASSAR

Muh Rizal*¹, A.Muhammad Syafar², Hery Zuhaer³

^{1,3}STMIK AKBA; Jl.Perintis Kemerdekaan km 9, telp 0411-588371

²UIN Alauddin; Jl.Sultan Alauddin No.63, telp 0411-841879

^{1,3}Program Studi Teknik Informatika, STMIK AKBA, Makassar

²Program Studi Teknik Informatika, UIN Alauddin, Makassar

e-mail: *rizal@akba.ac.id, andi.syafar@uin-Alauddin.ac.id, heryzhuhaer@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan serta mengiklankan Klinik Hilal Medika Makassar supaya lebih dikenal dikalangan masyarakat luas khususnya daerah Kota Makassar. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan pada Klinik Hilal Medika. Penelitian ini mengkaji media yang digunakan Klinik dalam mempromosikan layanannya. Yang mana pada penerapan multimedia khususnya Motion graphic sangat berkembang khususnya pada bidang promosi yang digunakan pada perusahaan ataupun berbasis umkm. Pada penelitian ini, menemukan bahwa penggunaan motion graphic ini memiliki dampak positif pada masyarakat berupa pengenalan company profile dan peningkatan yang dihasilkan sangat memuaskan pada visual animasi motion graphic dibandingkan pada penggunaan media promosi sebelumnya.

Kata kunci : Klinik Hilal Medika, Motion Graphic, Promosi

Abstract

This research aims to promote and advertise the Hilal Medika Makassar Clinic so that it is better known among the wider community, especially the Makassar City area. This research method uses descriptive qualitative method that is done at the Hilal Medika Clinic. This study examines the media used by the clinic in promoting its services. Which in the application of multimedia, especially Motion graphics is very developed, especially in the field of promotion that is used on companies or umkm-based. In this study, it was found that the use of motion graphics had a positive impact on society in the form of introduction of company profiles and the resulting improvements were very satisfying in visual animation of motion graphics compared to the use of previous promotional media.

Keywords: Hilal Medika Clinic, Motion Graphic, Promotion

1. PENDAHULUAN

Multimedia merupakan cara yang tepat untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio atau pun video. Dengan Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan company profile kepada masyarakat luas [1]. yaitu dengan menempatkannya dalam konteks, maka dari itu Multimedia dapat di definisikan sebagai pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, video dan animasi dengan menggabungkan link dan tool yang

memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi. pemenuhan kebutuhan informasi bagi manusia baik yang bergerak dibidang pendidikan, perusahaan, hiburan dan sebagainya mengalami perubahan pola atau cara [2]. Dengan berbagai alasan, manusia pada zaman saat ini cenderung menginginkan perolehan dan penyimpanan informasi dengan cara-cara yang sederhana, cepat, menyenangkan, dan efisien dalam pemakaian ruang dan dengan biaya yang relatif murah. Berdasarkan pengamatan terhadap kemampuan manusia dalam menerima dan mengingat informasi yang diterimanya, Banyak masyarakat luas lebih tertarik melihat lewat tayangan video di bandingkan dengan surat kabar atau selebaran-selebaran. lewat tayangan video masyarakat lebih mudah memahami dan mengenal lebih jauh tentang company profile Klinik Hilal Medika tersebut. Karena pada umumnya beberapa klinik hanya lebih mengutamakan info dengan animasi ataupun video yang kurang di pahami oleh masyarkat yaitu pada animasi yang mereka hasilkan terlihat kaku dan teks yang kurang cocok dengan video yang dihasilkan, sehingga belum cocok untuk di tampilkan pada media promosi motion graphic itu sendiri.

Multimedia di era globalisasi saat ini, merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah menyampaikan informasi dalam bentuk audio ataupun visual. Multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih menarik, salah satu penerapan multimedia adalah untuk memvisualisasikan company profile dalam bentuk Motion Graphic. Klinik Hilal Medika Makassar adalah salah satu instansi pemerintah dalam dunia kesehatan yang belum memiliki fasilitas profil untuk memberikan informasi kepada warga sekitar maupun masyarakat luas.

Klinik Hilal Medika dengan media informasi yang bersifat selebaran, surat kabar, dan spanduk di rasa informasi tersebut kurang efektif dan efisien, maka dari itu penulis membuat dan menghasilkan video Motion Graphic Klinik Hilal Medika Makassar, serta beberapa video yang ditampilkan di berbagai klinik makassar kurang sampai informasinya kepada masyarakat dikarenakan visual yang ditampilkan kurang menarik, penyampaian informasi tersebut kurang efektif dan efisien sebagai sarana penyampaian kepada masyarakat umum khususnya di bidang kesehatan.

Klinik Hilal Medika Makassar belum mempunyai company profile yang berbasis multimedia. Maka dalam penelitian ini akan dibuat suatu dokumentasi yang dikemas dalam sebuah video Motion Graphic Klinik Hilal Medika Makassar. Penggunaan animasi khususnya motion graphic untuk menyajikan informasi sudah menjadi trend untuk saat ini. Motion graphic mampu menampilkan suatu benda yang tidak mampu diwujudkan dengan media rekam. Selain itu, motion graphic mampu menampilkan desain dalam bentuk diagram dengan lebih menarik. Oleh karena itu, motion graphic dinilai dapat memberikan sebuah media informasi yang menarik dan unik bagi Klinik Hilal Medika dalam hal menampilkan profil dengan Motion Graphic.

Berikut ini adalah beberapa daftar literature review dalam penelitian ini:

1. Motion Graphic Promosi Pasar Papringan Di Temanggung, Jawa Tengah (2018). peneliti menganalisis tentang motion graphic promosi Pasar Papringan untuk mengetahui apakah elemen visual desain yang digunakan sudah tepat sesuai kegunaan dan fungsinya atau belum. hasil penelitian yang telah dilakukan motion graphic promosi Pasar Papringan masih banyak elemen-elemen visual yang masih harus diperbaiki, karena masih menggunakan elemen-elemen visual yang belum tepat kegunaan atau fungsinya [3].
2. Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada Pt. Daiichi Elevator Indonesia Danang (2018). Informasi terbagi melalui media cetak ataupun media elektronik, dari itulah masyarakat dapat mengetahui informasi. Dalam ini PT. Daiichi Elevator Indonesia belum memiliki sebuah media berbentuk video company profile sebagai penunjang informasi dan promosi. Dari hasil rancangan media video profile tersebut dapat meningkatkan penjualan dan informasi kepada masyarakat yang ingin lebih tahu jelas

- mengenai lift / escalator di PT. Daiichi Elevator Indonesia agar lebih mengenal tentang detail profile yang dimiliki PT. Daiichi Elevator Indonesia [4].
3. Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi Dan Promosi (2018). Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk membantu pihak sekolah bagaimana caranya mempromosikan dan memberikan informasi keadaan sekolah kepada masyarakat luas tetapi dengan cara yang lebih kreatif dan tetap efektif mengenai sasaran dengan biaya yang tidak mahal. Metodologi pendekatan masalah meliputi definisi masalah, analisa kebutuhan, perencanaan, pembuatan video profile, editing video, uji coba. Penelitian ini tentu saja sangat bermanfaat untuk pihak sekolah selain itu bermanfaat sebagai dokumentasi tentang sekolah [5].
 4. Company Profile Swarnabumi Residence Media Interaktif (2015). Tujuan penelitian ini merancang company profile sebagai media promosi. Dengan adanya media yang berkembang saat ini, pengembangan ke arah media interaktif sangat membantu dalam hal pemasaran dan informasi yang bernilai serta mudah untuk dipahami baik oleh kalangan tua, muda bahkan orang-orang yang awam tentang dunia property. Media Interaktif yang digunakan oleh PT Kopel Lahan Andalan atau disebut juga kopelland yang mempersembahkan Swarnabumi Residence, yaitu sebuah hunian apartemen pertama di Bandung dengan co working space yang ditujukan untuk para pekerja eksklusif [6].
 5. Perancangan Motion Graphic Untuk Iklan Layanan Masyarakat Berjudul Go Green Dengan Rumah Ekologis (2018). Penelitian ini menggunakan prinsip animasi dan pergerakan kamera untuk membuat animasi menjadi dinamis. Visualisasi motion graphics ini menggunakan banyak pergerakan dan perubahan bentuk dan garis yang sederhana tanpa animasi yang terlalu kompleks sehingga lebih mudah dan ringan diterima oleh masyarakat. Hasil penelitian ini adalah potensi motion graphics sangat besar dan hendaknya dimanfaatkan oleh para desainer untuk menyampaikan besarnya peranan penggunaan animasi dalam penyajian informasi [7].

2. METODE PENELITIAN

Tahapan yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pra Produksi
Tahapan ini merupakan tahapan awal atau tahapan persiapan untuk mempersiapkan segala kebutuhan yang diperlukan untuk membuat sebuah motion graphic. Adapun beberapa hal yang dilakukan pada tahapan ini adalah pembuatan konsep, pembuatan storyboard dan beserta material collecting.
2. Produksi
Pada tiap – tiap bagiannya terdapat 7 tahap produksi, yaitu recording & editing voice over, create & editing assets, pengelompokkan assets, pembuatan bumper awal, pembuatan opening, pembuatan konten, dan rendering.
3. Pasca Produksi
Pada tahap ini terdapat beberapa aktivitas seperti pengeditan film, pemberian efek khusus, pengoreksian warna, pemberian suara dan musik latar, hingga penambahan animasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Visual

Format desain yang digunakan dalam pembuatan Perancangan Media Promosi dengan motion graphic merupakan format umum yang digunakan dalam media promosi dalam bentuk audio visual. Format yang digunakan adalah 1920 x 1080 pixel dengan aspek rasio 16:9.

3.2 Tipografi

Huruf yang digunakan adalah jenis huruf yang memberikan kesan sedikit memperindah dan jenis font yang memberikan kesan tegas digunakan dalam penyampaian informasi. Dalam media ini menggunakan *font* yang umum digunakan ketika pembuatan motion graphic karena keterbacaan pada video dan tampilan visual asset yang digunakan juga menyesuaikan pada fontnya sehingga ketertarikan pada visual dan font menjadi kesatuan yang baik



Gambar 4.21 Font Mont

3.3 Warna

Warna hijau muda menjadi warna utama yang akan digunakan dalam pembuatan media promosi sebagai lambang dari warna utama pada Klinik Hilal Medika. Hijau muda sudah lama (secara stereotip) diasosiasikan dengan kesehatan dan seringnya dilihat sebagai 'Ramah lingkungan.' Meski pun begitu, seperti semua warna pada umumnya, hijau muda adalah warna yang cukup berbeda dan tingkat intensitasnya dapat memberikan arti. hijau muda, seringnya dipasarkan untuk warna kesejukan, mempresentasikan keindahan sementara itu biru tua dan hijau dasar bisa lebih sentimentil dan kontras. Disisi yang lain, orange mengindikasikan bermuda, energi, seru dan menyenangkan.



Gambar 4.3 Kombinasi Warna

3.4 Storyline

Pertumbuhan penduduk di Indonesia saat ini didominasi oleh anak-anak usia dibawah 17 tahun. Seiring dengan pertumbuhan penduduk, beberapa Klinik terkadang terkesan jauh dari jarak pemukiman warga sehingga akses mereka untuk menuju rumah sakit terkendala oleh biaya pengeluaran menuju rumah sakit dan ditambah akses untuk pemindahan BPJS serta pengurusannya terkesan ribet apalagi harus ke rumah sakit yang bersangkutan. Saat ini anak-anak usia dibawah 27 tahun bahkan bayi yang baru lahir sudah dapat memiliki

kartu BPJS. maka selaku pihak media pelayanan masyarakat seharusnya memudahkan akses kepada masyarakat sekitar agar bisa melakukan pemindahan BPJS ke Klinik Hilal Medika dengan petunjuknya berupa Video animasi motion graphic yang juga berisi tentang edukasi didalamnya.

Banyak manfaat yang dapat mereka dapatkan dari penjelasan media promosi tersebut seperti pemindahan BPJS, edukasi tentang poli gigi dan beberapa edukasi lainnya, bahkan untuk keperluan pemeriksaan kesehatan. Tentunya dengan pemindahan BPJS, para masyarakat sekitar tidak perlu repot-repot lagi membawa Akta Kelahiran yang asli untuk proses adminitrasi dimanapun, cukup dengan menggunakan aplikasinya maka proses pemindahannya tergolong mudah. cara pendaftaran BPJS juga sangat mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun melalui aplikasinya.

4.4 Treatment

1. Pengenalan company Klinik Hilal Medika
2. Dokter umum = sunat, cek darah, kebidanan (pijat bayi, suntik KB, imunisasi)
3. Layanan sarana dan prasarana = poli gigi (scaling, gigi palsu, behel,) sunat
4. Edukasi pada sub di atas (dokter umum dan layanannya)
5. Opsi profil penutup video motion (owner klinik hilal medika)
6. TAGLINE

3.5 Skenario/Storyboard

Setelah merancang storyline penulis selanjutnya menyusun storyboard untuk mendapatkan pencitraan secara visual dari storyline dalam memudahkan merancang gaya visual atau styleframe.

Implementasi

Perancangan video motion graphic dilakukan melalui layout dengan beberapa alternative Perancangan dimulai dari visualisasi character, visual layout scene per scene serta pembuatan deskripsi dari motion Klinik Hilal Medika tersebut, dimulai dari pengertian sampai dengan manfaatnya.

- a. Scene Opening Asset
Scene ini menunjukkan Gedung klinik dan pemandangan yang di buat motion/gerakan baik pada awan dan di beri transisi lingkaran di tengahnya



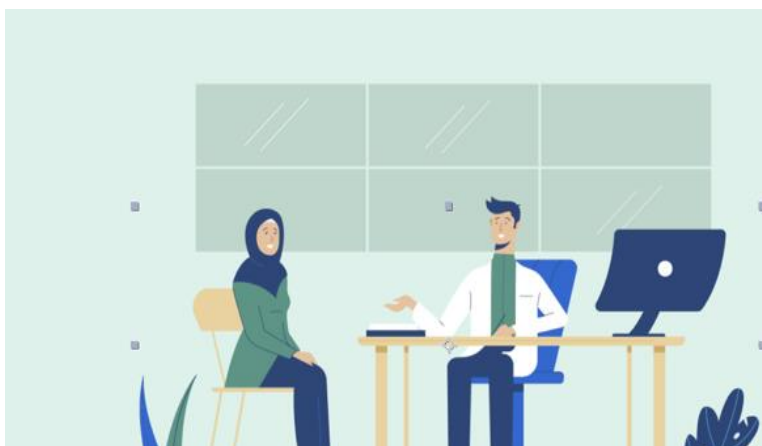
Gambar 4.4 Scene Opening Asset

- b. Scene Icon Asset
Scene ini menunjukkan beberapa icon mulai dari simbol poli gigi, kesehatan dan beberapa symbol lainnya.



Gambar 4.5 Scene Icon Asset

- c. Scene Illustration Asset
Scene ini menunjukkan motion/gerakan yang menjelaskan karakter pasien dan dokter saling berkomunikasi.
- d. Scene Building Asset



Gambar 4.6 Scene Illustration Asset

Scene ini menunjukkan motion/gerakan masjid/pesantren dan tambahan ilustrasi dedaunan menambah kesan artistic di tambah ilustrasi matahari sebagai pemanis dari ilustasinya.



Gambar 4.7 Scene Building Asset

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian perancangan motion graphic, disimpulkan bahwa pembuatan media promosi dengan komunikasi audio visual dianggap lebih sangat efektif karena dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Dengan melakukan berbagai penyuluhan ke berbagai pihak masyarakat dalam skala range umur terhadap video motion graphic yang akan dibuat dan beberapa refensi sebagai penjulung pembuatan motion graphic pada Klinik Hilal Medika

5. SARAN

Terdapat beberapa saran dari peneliti yang dapat diberikan berdasarkan perencanaan media promosi Klinik Hilal Medika dengan *Motion Graphic* ini,yaitu :

1. Penambahan data-data terkait seberapa banyak masyarakat yang sudah melakukan pemindahan fasilitas kesehatan mereka ke Klinik Hilal Medika.
2. Penambahan sumber-sumber ataupun referensi-referensi terbaru yang berhubungan dengan *Motion Graphic* maupun Desain Komunikasi Visual
3. Penjabaran lebih rinci tentang edukasi agar tercerna dan bisa diterapkan oleh masyarakat

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada lembaga Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STMIK AKBA yang telah memberi dukungan financial terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Suyanto, *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2005.
- [2] I. Binanto, *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2010.
- [3] R. Fauzyah and E. Franzia, "Motion Graphic Promosi Pasar Papringan Di Temanggung," *Dimensi*, vol. 3, pp. 159–174, 2018.
- [4] D. Rifai, E. Astriyani, and U. Indria, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Penunjang Informasi dan Promosi Pada PT. Daiichi Elevator Indonesia," *Technomedia J.*, vol. 3, no. 1, pp. 98–109, 2018.
- [5] M. Martono, T. Triyono, and R. A. Septiani, "Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Kota Tangerang Selatan Berbasis Audio Visual Sebagai Media Informasi dan Promosi," *Technomedia J.*, vol. 3, no. 1, pp. 110–120, 2018.
- [6] Elmira, "Perancangan company profile swarnabumi Residence Media Interaktif sketsa," *Bsi*, vol. 2, no. 2, p. 2, 2015.
- [7] V. Kharishma, R. Firnandi, M. Iqbal, and E. D. Krishnasari, "Perancangan Motion Graphic Untuk Iklan Layanan," pp. 1–6, 2018.