

Pelatihan Produksi Konten Animasi Dasar pada Instagram Sebagai Media Promosi di SMK Letris Indonesia Tangerang Selatan

Ricky Widyananda Putra

Desain Komunikasi Visual, Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur

Email:

rickywidyanandaputra@budiluhur.ac.id

Submitted: 03 August 2022, Revised: 15 September 2022, Accepted : 15 October 2022

Abstrak

Promosi merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menggambarkan beberapa informasi dan membujuk agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memperkenalkan mereka serta meningkatkan penjualan. Tujuan promosi adalah untuk mengubah perilaku konsumen dengan memberikan kesan yang baik terhadap produk yang ditawarkan. Pada saat ini dengan berkembangnya teknologi dalam kehidupan manusia, maka bentuk promosi bisa dilakukan dengan menggunakan sosial media. Salah satu sosial media yang sering digunakan dalam promosi ialah Instagram, pada media Instagram bentuk konten yang dihadirkan beragam mulai dari foto sampai dengan bentuk video. Konten video bisa diproduksi dengan menggunakan bentuk visual animasi, sebagai daya tarik kepada konsumen. Permasalahan yang didapatkan dalam kegiatan ini ialah untuk meningkatkan kemampuan siswa/i SMK Letris Indonesia dalam memproduksi konten animasi sebagai media promosi dengan penggunaan sosial media sebagai penyampaian informasi. Metode yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode survey dan wawancara. Sedangkan target luaran yang ingin dicapai oleh program pengabdian masyarakat ini adalah agar peserta didik dapat membuat konten kreatif berupa video animasi sederhana dengan tahapan-tahapan sebagai berikut, tahap pertama dalam pelatihan ini menjelaskan pendekatan desain komunikasi visual sebagai saran untuk melakukan komunikasi, dilanjutkan dengan pengenalan prinsip animasi, tahap selanjutnya melakukan praktek dalam memproduksi animasi dan praktek menggunakan media Instagram sebagai media penyebaran informasi. Simpulan yang didapatkan pada kegiatan ini, untuk menghasilkan sebuah desain promosi yang memiliki kesatuan visualisasi menarik, informatif dan juga persuasif perlu adanya aturan-aturan mendasar terkait dengan pemahaman desain komunikasi visual dan prinsip animasi.

Kata Kunci : Animasi, Sosial Media, Instagram, Promosi

Abstract

Promotion is a communication activity that aims to describe some information and persuade that the products or services offered can attract the attention of consumers and can introduce them and increase sales. The purpose of promotion is to change consumer behavior by giving a good impression of the products offered. At this time with the development of technology in human life, forms of promotion can be done using social media. One of the social media that is often used in promotions is Instagram, on Instagram media the forms of content that are presented vary from photos to videos. Video content can be produced using animated visual forms, as an attraction to consumers. The problem found in this activity is to improve the ability of Letris Indonesia Vocational High School students in producing animated content as a promotional medium by using social media as information delivery. The methods used for community service activities are survey and interview methods. While the output target to be achieved by this community service program is for students to be able to create creative content in the form of simple animated videos with the following stages, the first stage of this training explains the visual communication design approach as a suggestion for communicating, followed by an introduction to the principles animation, the next stage is to practice in producing animation and practice using Instagram media as a medium for disseminating information. The conclusions obtained from this activity, in order to produce a promotional design that has an attractive, informative and persuasive visualization unit, it is necessary to have basic rules related to understanding visual communication design and animation principles.

Keywords: Animation, Social Media, Instagram, Promotion

Pendahuluan

Promosi merupakan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menggambarkan beberapa informasi dan membujuk agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memperkenalkan mereka serta meningkatkan penjualan (Angraina, 2018). Tujuan promosi adalah untuk mengubah perilaku konsumen dengan memberikan kesan yang baik terhadap produk yang ditawarkan, memberikan informasi kepada konsumen (Mahardika, 2021). Dalam proses pembuatan promosi dimana untuk mempersuasi, menjual dan mengomunikasikan akan lebih mudah diterima dan dilihat oleh konsumen melalui bentuk visual (Rezky, 2021). Semakin umum informasi dihadirkan dalam bentuk visual, dalam desain komunikasi visual, ada dua faktor penting dalam proses produksi informasi dengan menggunakan bentuk visual (Martono, 2021). Pertama adanya warna dan kedua dalam bentuk gambar, faktor ini dapat berperan besar dan dapat menarik perhatian publik (Putra, 2021).

Terkait dengan promosi, salah satu bentuk promosi yang ada saat ini dengan menggunakan media video animasi. Animasi sendiri bukan hal baru dalam media promosi, bentuk promosi dalam media animasi hadir dengan beragam bentuk mulai dari bentuk 2D, 3D dan bentuk Stopmotion. Bentuk-bentuk animasi yang paling banyak digunakan sebagai media promosi dengan bentuk 2D (infographic atau motion graphic). Animasi digunakan sebagai media promosi karena menampilkan bentuk visual bergerak dan adanya bentuk suara (audio) sebagai penjelasan informasi (Putra, 2022).

Promosi dengan menggunakan media animasi infographic merupakan bentuk media yang saat ini telah banyak digunakan oleh instansi pemerintahan ataupun swasta. Salah satu instansi yang tertarik untuk mempelajari dalam produksi animasi infographic ini ialah SMK Letris Indonesia, Tangerang Selatan sebagai sarana promosi. Di mana selama ini SMK Letris Indonesia hanya menggunakan bentuk media promosi cetak ataupun bentuk visual tidak bergerak (visual statis) untuk sosial media. Di sini SMK Letris Indonesia, ingin merangkul dan memberikan informasi kepada calon siswa/i milenial dengan menggunakan media animasi infographic. Karena hal itu, pihak SMK Letris memiliki ide dan konsep dasar agar para siswa bisa memproduksi animasi sederhana dalam bentuk infographic sebagai konten sosial media mereka.

Salah satu sosial media yang dapat menyampaikan informasi dalam bentuk video animasi ialah Instagram. Media Instagram sendiri sudah menyediakan alat untuk mengupload video dengan nama reels Instagram (Putra, 2021). Dimana reels Instagram sendiri bisa menjangkau para pengikut dengan menggunakan sistem promosi konten, sehingga konten yang di produksi akan dapat dijangkau secara luas dan spesifik sesuai target yang diinginkan.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam kegiatan ini ialah "Bagaimana Cara Memproduksi Konten Animasi Dasar", yang nantinya akan disebar luaskan melalui sosial media Instagram. Hal ini juga terkait dengan peningkatan kemampuan siswa/i SMK Letris Indonesia Jl. Kalimantan 1 Villa Bintaro Indah Jombang–Ciputat, Tangerang Selatan, dimana dari pihak sekolah ingin mengadakan pelatihan kepada siswa/i yang ditujukan untuk memproduksi konten kreatif dalam bentuk animasi sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Adapun tujuan kegiatan ini ialah meningkatkan kemampuan siswa/i SMK Letris Indonesia dalam memproduksi konten kreatif berupa video animasi dengan memaksimalkan media Instagram sebagai alat penyebaran konten animasi. Sedangkan target luaran yang ingin dicapai oleh program pengabdian masyarakat ini adalah agar peserta didik dapat membuat konten kreatif berupa video animasi sederhana dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: Tahap pertama dalam pelatihan ini menjelaskan pendekatan desain komunikasi visual sebagai saran untuk melakukan komunikasi, dilanjutkan dengan pengenalan prinsip animasi, tahap selanjutnya melakukan praktek dalam memproduksi animasi dan praktek menggunakan media Instagram sebagai media penyebaran informasi.

Metode Pengabdian

Metode yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode survey dan wawancara yang dilakukan kepada pihak sekolah (kepala sekolah), untuk melihat kebutuhan dan permasalahan di lapangan. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada siswa/i SMK Letris Indonesia yang akan menjadi target pelaksanaan program pengabdian masyarakat, guna mengetahui kebutuhan materi yang diperlukan. Adapun metode yang dilakukan sebagai berikut:

Metode wawancara dilakukan untuk menganalisa permasalahan yang ditemukan, kemudian melakukan pemaparan mengenai proses pelaksanaan pelatihan yang akan dilaksanakan pada dua tempat, pertama dilaksanakan pada SMK Letris Indonesia dan tempat kedua di Lab. Media Komunikasi untuk memproduksi video animasi yang nantinya akan di implementasikan sebagai media promosi SMK Letris Indonesia. Kemudian dalam pelatihan ini dilakukan juga bentuk konsultasi dengan pihak sekolah terkait dengan materi yang akan diberikan, maka pemaparan materi yang dilakukan dalam pelatihan ini mengenai pendekatan desain komunikasi visual, prinsip pada animasi, trend/teknik desain yang digunakan dalam memproduksi animasi, kegunaan media sosial agar dapat engagement dari konsumen.

Strategi yang digunakan dengan menggunakan survey, dalam kegiatan ini bentuk survey yang dilakukan dengan metode survei deksriptif (Normative Survey Method) adalah metode survei normatif yang akan dimanfaatkan dalam kegiatan ini, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner melalui google form untuk mengetahui kebutuhan pelatihan, materi yang akan disampaikan dan kemampuan peserta (Putri, 2019). Sedangkan strategi konsultasi yang dilakukan dengan berdiskusi dua arah antara tim pelatihan dengan pihak sekolah agar dapat menerima saran atau tanggapan. Hal ini dilakukan agar kegiatan yang akan dilakukan sesuai dengan rencana dan memiliki dampak keberhasilan yang tinggi bagi para peserta (Sidi, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang selanjutnya disingkat PKM merupakan salah satu dari komponen bagian penyelenggaraan tridarma yang meliputi kegiatan keilmuan yang dimiliki oleh Perguruan tinggi. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan dapat disesuaikan dengan ranah keilmuan. Berdasarkan dari pemahaman tersebut maka, dilakukanlah kegiatan komunikasi yang disesuaikan kurikulum di lingkungan pendidikan. Institusi pendidikan bertujuan untuk meningkatkan pembangunan sumber daya manusia secara konstruktif dan komprehensif dan secara berkesinambungan dalam prosesnya. Masyarakat yang menjadi sasaran program ini adalah siswa/i yang berada di SMK Letris Indonesia, Jl. Kalimantan 1 Villa Bintaro Indah Jombang – Ciputat, Tangerang Selatan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di dua tempat, tempat pertama di SMK Letris Indonesia dan tempat kedua di Lab. Media Komunikasi Universitas Budi Luhur, untuk memproduksi konten animasi. Berikut ini struktur organisasi pada SMK Letris Indonesia:



Gambar 1: Gedung SMK Letris Indonesia

Adapun hasil dan pembahasan pada kegiatan ini berdasarkan permasalahan yang didapatkan pada kegiatan ini, terkait dengan bagaimana cara memproduksi konten animasi dasar yang nantinya akan disebar luaskan melalui Instagram sebagai media promosi kepada masyarakat luas, sebagai berikut:

1. Untuk menghasilkan sebuah desain promosi yang memiliki kesatuan visualisasi menarik, informatif dan juga persuasif perlu adanya aturan-aturan mendasar. Pada pelatihan ini peserta perlu mengetahui aturan-aturan terkait dengan prinsip desain komunikasi visual. Langkah pertama yang dilakukan dalam pelatihan ini, tim pelatihan memberikan materi terkait dengan pendekatan-pendekatan visual khusus bentuk visual sebagai sarana promosi kepada para peserta. Materi yang disampaikan terkait dengan proporsi yang merupakan perbandingan ukuran. Kemudian terkait materi keseimbangan pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Selanjutnya terkait materi Komposisi desain, dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat.

Tahap pertama dalam pelatihan ini menjelaskan pendekatan desain komunikasi visual sebagai saran untuk melakukan komunikasi. Dalam hal ini desain komunikasi visual merupakan salah satu bentuk seni dalam berkomunikasi dengan menggunakan bentuk visual dalam penyampaian arus informasi yang diproduksi.



Gambar 2: Penjelasan Materi Kepada Peserta Pelatihan



Gambar 3: Materi DKV Seni Berkomunikasi

Kemudian pelatihan dilanjutkan dengan pengenalan prinsip animasi, yang akan digunakan dalam konten video animasi yang akan dibuat. Disini peserta diharapkan dapat memahami penerapan prinsip animasi dalam memproduksi animasi, sehingga animasi yang di produksi dapat dipahami oleh target market dan secara tampilan visual menghadirkan bentuk-bentuk yang dinamis antara elemen visual

dengan teks informasi. Hal ini menghindari bentuk distorsi (gangguan) pemahaman informasi pada target market, sehingga apa yang diproduksi dapat diterima dengan baik.

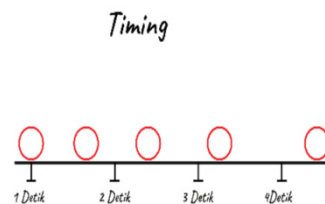
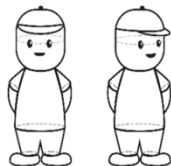


Gambar 4: Penjelasan Materi Kepada Peserta Pelatihan

1. PRINSIP DASAR PEMBUATAN ANIMASI

Prinsip-prinsip animasi ada 12 teknis dalam pembuatannya yang memang harus dimiliki oleh seorang animator, tetapi animator juga harus memiliki *feeling* yang kuat mengenai *timing*, pergerakan, pengamatan, dan tingkah laku. Animator harus menjadi seorang aktor, punya perasaan, dan logika agar dapat membuat sesuatu menjadi hidup dan alami. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

a. *Solid Drawing*



Contoh *spacing*: menentukan kepadatan gambar (yang pada animasi akan berpengaruh pada kecepatan gerak) ketika bola sebelum menghantam kaca, tepat menghantam kaca, sesudahnya, atau misalnya ketika bola itu mulai jatuh ke lantai. *Spacing* (pengaturan kepadatan gambar) akan memengaruhi kecepatan gerak bola, percepatan, dan pelambatannya, sehingga membuat sebuah gerakan lebih realistis.

Gambar 5: Penjelasan Materi Prinsip Animasi

- Tahap selanjutnya melakukan pelatihan terkait dengan perencanaan project dalam memproduksi animasi. Perencanaan project secara umum berisi: tujuan dan ruang lingkup project, waktu pengerjaan, rencana anggaran biaya project, kualitas project dan lain sebagainya. Setelah project direncanakan secara matang dengan segala tahap-tahapan sebelumnya, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan perencanaan tersebut dalam bentuk Produksi konten.



Gambar 6: Perencanaan Produksi Animasi

Tahap terakhir dalam pelatihan ini ialah penjelasan terkait dengan penggunaan Instagram sebagai media promosi. Dalam pelatihan ini dijelaskan penggunaan fitur promosi sebagai sarana mendapatkan target market. Sehingga konten yang dibuat langsung tertuju pada target market yang memiliki demografis sesuai dengan konten yang diproduksi.

**Gambar 7:** Penjelasan Materi Terkait Pemanfaatan Instagram

Dari pelatihan yang telah dilaksanakan maka didapatkan hasil pada kegiatan ini, sebagai berikut: Dari total 25 peserta pelatihan dalam dua bentuk pelatihan yakni produksi animasi dan penggunaan fitur instagram, didapatkan 23 orang pada pelatihan produksi animasi merupakan peserta tingkat awal dalam memproduksi konten animasi dan pada pelatihan penggunaan fitur Instagram, didapatkan 20 orang merupakan peserta tingkat awal dalam memaksimalkan penggunaan fitur Instagram. Seluruh peserta telah menjalani tahap evaluasi dan dinyatakan lulus dalam pelatihan produksi konten animasi dasar pada instagram sebagai media promosi.

Simpulan

Dengan adanya pelatihan produksi konten animasi dasar pada instagram sebagai media promosi, maka dapat disimpulkan untuk menghasilkan sebuah desain promosi yang memiliki kesatuan visualisasi menarik, informatif dan juga persuasif perlu adanya aturan-aturan mendasar terkait dengan pemahaman desain komunikasi visual dan prinsip animasi. Kemudian terkait dengan peserta pelatihan dari 25 orang hampir sebagian besar merupakan peserta awal dalam memproduksi animasi dan penggunaan fitur Instagram sebagai media promosi. Kemudian pelatihan ini diharapkan dapat menjadi penambahan meningkatkan kemampuan siswa/i SMK Letris Indonesia dalam memproduksi konten kreatif berupa video animasi dengan memaksimalkan media Instagram sebagai alat penyebaran konten animasi. Dengan adanya pelatihan ini dan hasil tes evaluasi, maka SMK Letris Indonesia diharapkan juga mempunyai tolak ukur dalam memproduksi sebuah konten kreatif dalam bentuk animasi sebagai media promosi. Kemudian dapat juga memaksimalkan penggunaan media Instagram dalam mendapatkan target market yang diinginkan. Selanjutnya kegiatan ini perlu diadakan Kembali sebagai bentuk pengimplementasian kreatifitas siswa/i dalam memproduksi konten-konten kreatif yang bersifat informatif bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Angraina, D. A, Mansur, M (2018). Pelatihan Desain dan Promosi Online Produk Kerupuk Ikan dan Kerupuk Sagu Di Kuala Alam Kecamatan Bengkalis. Jurnal Batoboh. Vol.03 No. 01.

Mahardika, M.S, Putra, R. W (2021). Perancangan Virtual Tour Universitas Budi Luhur Sebagai Media Penunjang Promosi. Jurnal Pantarei. Vol. 05 No.02.

Martono, S, Budiarjo, H, Setyawan, H. B, Tjandrarini, A. B, Adi, Y. A (2021). Optimalisasi Implementasi Identitas Visual Melalui Desain Media Promosi. Jurnal Ekobis. Vol.02 No. 02.

Putra, R. W, Lestari, R, Sidi, T. P. B. P (2021). Penerapan Visual Identity Pada Produk Bank Sampah Universitas Budi Luhur. Jurnal Artinara. Vol. 01 No.01.

Putra, R. W, Thabathaba' i, A, Sidi (2022). Pengantar Dasar Perencanaan Dan Pembuatan Film Animasi. ANDI. Yogyakarta.

Putra, R. W, (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan. ANDI. Yogyakarta.

Putri, S. A, Muttaqien, T. Z, Atamtajani, A. S. M (2019). Desain Kemasan Untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata. Jurnal Charity. Vol.02 No. 01.

Rezky, S. F, Hamdani, R, Suherdi, D, Erwansyah, K, Ginting, E. F, Simangunsong, P. B. N (2021). Branding UMKM Untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. Jurnal Iptek. Vol.01 No. 01.

Sidi, T. P. B. P, Bongsoikrama, J, Putra, R. W (2022). Pengelolaan Manajemen Pada Pengaplikasian Green Design Dalam Menciptakan Pondok Cerdas Yang Ramah Lingkungan. Jurnal Artinara. Vol. 01 No.03.