

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam menjawab permasalahan pada perancangan ini, diperlukan suatu metode pengembangan multimedia yang dapat membantu dalam proses penentuan serta penyusunan strategi media hingga penyajian pesan, sehingga *motion graphic* pengenalan astrologi natal dapat dengan mudah menjangkau dan dipahami oleh target audiens Substrology. Pembuatan *motion graphic* pada perancangan ini menggunakan metode Villamil-Molina, yang terdiri dari tahap *Development*, *Pre-Production*, *Production*, *Post-Production*, dan *Delivery*.

Pada tahap *Development* strategi media perancangan ini, ditemukan fakta bahwa *motion graphic* dapat dengan mudah menjangkau audiens Substrology apabila *motion graphic* diunggah menggunakan fitur *short-form videos*. Hal tersebut dikarenakan selain konsumsi video melonjak pada tahun 2022, menurut *State of Inbound Marketing Trends 2022* oleh Hubspot, secara khusus platform/fitur video singkat seperti TikTok dan Instagram *Reels* tumbuh paling cepat, yang menjadikannya jenis konten media sosial yang paling efektif pada saat ini.

Selanjutnya pada tahap *Pre-Production*, terdapat proses penyusunan strategi penyajian pesan. Sebelumnya, pada upaya pemecahan masalah terdahulu, Substrology sering menggunakan analogi dalam penyampaian informasi seputar astrologi pada akun Instagramnya. Sehingga pada penyusunan strategi media ditentukan akan menggunakan gaya bahasa analogi dalam memperkenalkan komponen pada *natal chart*. Hal ini beriringan dengan fakta yang ditemukan bahwa penggunaan analogi dalam menyampaikan suatu informasi dapat membantu pemindahan pemahaman atau konsep yang masih asing.

Dengan begitu, penggunaan metode pengembangan multimedia Villamil-Molina pada pembuatan *motion graphic* dapat membantu dalam proses penentuan serta penyusunan strategi media hingga penyajian pesan, sehingga menghasilkan *motion graphic* yang dapat dengan mudah menjangkau dan dipahami target audiens.

Ditambah pada tahapan *Post-Production* terdapat proses uji coba, sehingga dapat dilihat keefektifitasan *motion graphic* dalam menyampaikan pesan hingga tingkat pemahaman yang diterima responden dari *motion graphic* yang ditampilkan. Hasil analisis dari testing *motion graphic* pengenalan astrologi natal kepada 16 responden menggunakan *EPIC* model, dinyatakan *motion graphic* ini terbilang sangat efektif. *Motion graphic* ini menghasilkan nilai rata-rata atau *EPIC rate* sebesar 4,51, dengan skor yang paling tinggi jatuh kepada dimensi persuasi.

B. Saran

Dari proses yang dilalui pada perancangan ini, terdapat beberapa catatan yang dapat membantu dan mempermudah proses perancangan selanjutnya. Berikut penjabaran beberapa saran yang dapat dilakukan:

1. Sesungguhnya, penjelasan tentang astrologi natal pada perancangan ini masih terbilang mendasar, karena komponen *natal chart* yang dibahas hanya planet, zodiak, dan rumah (house). Sehingga pada perancangan selanjutnya jika ingin mengangkat topik yang sama, dapat membahas komponen lainnya dalam *natal chart* secara mendalam, seperti komponen aspek dan derajat (*degree*). Hal tersebut dapat membantu melengkapi perancangan ini ke depannya.
2. Dalam proses pembuatan *motion graphic*, akan sangat mudah jika perancang turut mendeskripsikan audio atau *sound effect* seperti apa yang akan digunakan pada *storyboard*. Selain mempermudah, hal ini dapat mempercepat pengerjaan produksi (*production*) *motion graphic*.
3. Pada *testing* yang dilakukan pada tahap *post-production*, akan sangat amat lebih baik jika jumlah responden lebih banyak dari jumlah responden pada perancangan ini. Karena hasil analisis *testing* yang dihasilkan akan jauh lebih baik, dilihat dari banyak *point of view* yang berbeda dari banyaknya responden.
4. Memperhatikan tempo *dubbing* atau *voice over* yang digunakan pada video *motion graphic*. *Dubbing* atau *voice over* yang terlalu cepat dapat membuat target audiens kesulitan dalam menerima informasi yang disampaikan.

5. Studi visual untuk gaya visual dapat diperbanyak, agar menghasilkan desain yang semakin sesuai dengan kebutuhan perancangan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Beare, P., Crook, I. 2017. *Motion Graphics: Principles and Practices from the Ground Up*. Britania Raya: Bloomsbury Publishing.
- Edington, Louise. 2020. *The Complete Guide to Astrology: Understanding Yourself, Your Signs, and Your Birth Chart*. California: Callisto Media.
- Hewitt, W. W. 1999. *Astrology for Beginners: An Easy Guide to Understanding and Interpreting Your Chart*. Woodbury: Llewellyn Publications.
- Mallet, Edme-François, and Jean-Baptiste le Rond d'Alembert. 2010. "Astrology." *The Encyclopedia of Diderot & d'Alembert Collaborative Translation Project*. Translated by Steve Harris. Ann Arbor: Michigan Publishing, University of Michigan Library.
- March, M. D., & McEvers, J. 1981. *The Only Way to Learn Astrology: Basic Principles* (Vol. 1). California: Astro Communications Services.
- Riske, Kris Brandt. 2007. *Llewellyn's Complete Book of Astrology: The Easy Way to Learn Astrology*. Woodbury: Llewellyn Publications.
- Rossi, S., Jung, C. G., & Le Grice, K. 2017. *Jung on astrology*. London: Routledge.
- Taylor, C. 2018. *Astrology: Using the Wisdom of the Stars in Your Everyday Life*. New York: Dorling Kindersley Ltd.
- Weinschenk, S. 2011. *100 things every designer needs to know about people*. Pearson Education.

Jurnal

- Abi, B. V. 2020. *Perancangan Motion Graphic Media Edukasi Cagar Budaya di Kota Surakarta* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Alatas, S. S., & Wahyudi, A. 2020. Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Aplikasi Garuda Kasir Sebagai Media Promosi di Sosial Media. *Journal Of Applied Multimedia and Networking*, 4(2), 76-85.
- Alghadari, F., & Kusuma, A. P. 2018, March. Pendekatan analogi untuk memahami konsep dan definisi dari pemecahan masalah. In *Prosiding Seminar*

- Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika (SNMPM)* (Vol. 2, No. 1, pp. 113-122).
- Azize, Ş., Cemal, Z., & Hakan, K. 2012. Does brand communication increase brand trust? The empirical research on global mobile phone brands. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1361-1369.
- Azmi, F., & Setyadi, D. I. 2019. Perancangan Motion Graphic Sebagai Upaya Pengenalan Profesi Bidang Teknologi Maritim FTK ITS Untuk Siswa SMA. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(2), 124-129.
- Bui, N. 2021. *How motion graphics affect marketing campaigns*.
- Firmansyah, A. 2020. *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Geng, L. 2016, May. *Study of the Motion Graphic Design at the Digital Age*. In *2nd International Conference on Arts, Design and Contemporary Education* (pp. 761-763). Atlantis Press.
- Hussain, A. 2020. The Effective Motion Graphics Production. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (pp. 646-649).
- Jin, C., Yoon, M., & Lee, J. 2019. The influence of brand color identity on brand association and loyalty. *Journal of Product & Brand Management*.
- Joni, N., Asmawi, A., & Arif, E. 2019. Strategi komunikasi program tanam jajar legowo kepada masyarakat petani padi. *Jurnal Antropologi: Isu-isu Sosial Budaya*, 21(1), 39-47.
- Khairina, N., & Irwansyah, I. 2020. Perancangan Motion Graphic Sejarah Kampung Madras Kota Medan. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 145-156.
- Kelly, I. V. A. N., Dean, G. E. O. F. F. R. E. Y., & Saklofske, D. H. 2020. Astrology for the physicist. *Physics in Canada*, 76(1), 28-34.
- Listya, A. 2019. Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10-19.
- Manik, S. I. 2018. Proses Digital Imaging Iklan Cetak Indonesia. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 6(1).
- Nyhan, B., & Reifler, J. 2019. The roles of information deficits and identity threat in the prevalence of misperceptions. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 29(2), 222-244.

- Panuju, R. 2019. *Komunikasi pemasaran: pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media.
- Pinarbasi, G. 2021. Mass media and astrology as a reflection of the culture industry. *Psychology Research on Education and Social Sciences*, 2(2), 83-93.
- Prabowo, P. A. 2017. *Perancangan Motion Graphic Video Iklan "Mangano" Edisi Ramadhan* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Shir, M. F. D., Asadollahi, M. 2014. The role of motion graphics in visual communication. *Indian Journal of Scientific Research*, 7(1), 820-824.
- Song, G. 2021, February. Application of Motion Graphics in Visual Communication Design. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1744, No. 4, p. 042165). IOP Publishing.
- Susantio, D. 2014. Astrologi sebagai ilmu bantu epigrafi: sebuah pemikiran. *Berkala Arkeologi*, 34(1), 85-96.
- Thornton, T. A. 2016. *Ideas of Order: The Meaning and Appeal of Contemporary Astrological Belief* (Doctoral dissertation). Eugene: University of Oregon.
- Voorveld, H. A. 2019. Brand communication in social media: A research agenda. *Journal of Advertising*, 48(1), 14-26.
- Widianti, W. 2022. Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kepuasan Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 803-828.

DAFTAR LAMAN

- We Are Social. 26 Januari 2022. Digital 2022: Another Year of Bumper Growth. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> di akses pada 7 November 2022.
- Google Ads Help. *Shortform and longform videos*. <https://support.google.com/google-ads/answer/2382886?hl=en> diakses pada 7 November 2022
- Brennan, Chris. 5 Juni 2012. *Natal Astrology*. <https://theastrologydictionary.com/?s=natal+astrology> diakses pada 7 November 2022.
- Hubspot. 2022. *State of Inbound Marketing Trends 2022*. <https://www.hubspot.com/state-of-marketing> diakses pada 7 November 2022.
- Mary. 12 Desember 2018. *The Modalities or Qualities*. <https://www.desertbloomastrology.com/archivesblog/2018/11/12/the-modalities-or-qualities> diakses pada 22 Januari 2023.
- Wistia. 2022. *2022 State of Video Report*. <https://wistia.com/about/state-of-video> diakses pada 7 November 2022.
- Adobe Experience Cloud Team. 2022. A Comprehensive Guide to Marketing Campaigns. <https://business.adobe.com/blog/basics/marketing-campaigns> diakses pada 22 Januari 2023.