



Implementasi Teknik *Motion Graphic* pada Editing Video Animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman”

Implementation of Motion Graphic Techniques in the Editing of the Animated Video “Produk Aman, Kulit Nyaman”

Vanessa Valencia Eleora^{1*}, Silvi Alin Dhiya², Encang Saepudin³, Rinda Aunillah Sirait⁴
^{1,2,3,4} Universitas Padjadjaran, Indonesia

Alamat: Jalan Raya Bandung Sumedang KM 21 Jatinangor

Korespondensi penulis: vanessa21006@mail.unpad.ac.id

Article History:

Received: Mei 04, 2025;

Revised: Mei 18, 2025;

Accepted: Juni 02, 2025;

Online Available: Juni 04, 2025;

Keywords: Animation, Editing,
Illegal Cosmetics, Motion Graphic

Abstract. The spread of illegal cosmetics in Indonesia remains a concerning issue, particularly through digital platforms. One of the main contributing factors is the lack of public awareness and understanding regarding the differences between legal and illegal products. To address this challenge, animation-based media was chosen as an effective educational tool. This paper describes the implementation of motion graphic techniques in producing the animated video “Produk Aman, Kulit Nyaman”, which emphasizes the importance of using safe and legally approved skincare products. Motion graphics were selected for their ability to dynamically present visual elements, making the message more accessible to the audience. The editing process is divided into three key stages: material collection, assembly, and testing. Material collection focuses on systematic asset organization; assembly involves animating the assets using Adobe After Effects based on a structured storyline; and testing includes internal evaluation and informal validation by five female high school students as representatives of the target audience. This approach shows that motion graphics are not only effective in conveying educational messages but also contribute creatively to improving consumer literacy.

Abstrak

Penyebaran kosmetik ilegal di Indonesia masih menjadi isu yang mengkhawatirkan, terutama melalui platform digital. Rendahnya kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai perbedaan produk legal dan ilegal menjadi salah satu penyebab utama. Untuk menjawab tantangan ini, media berbasis animasi dipilih sebagai sarana edukasi yang dinilai efektif. Penulisan ini bertujuan untuk menguraikan implementasi teknik *motion graphic* dalam proses produksi video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” sebagai media edukatif tentang pentingnya menggunakan skincare yang legal dan aman. Teknik *motion graphic* dipilih karena kemampuannya menggabungkan elemen visual secara dinamis, sehingga pesan lebih mudah dipahami oleh audiens. Fokus pembahasan ditujukan pada tiga tahap utama proses editing, yaitu *material collection*, *assembly*, dan *testing*. Tahap *material collection* menekankan pentingnya pengelolaan aset secara rapi dan sistematis. Pada tahap *assembly*, elemen-elemen tersebut dianimasikan menggunakan Adobe After Effects, di mana gerakan dan transisi disusun menyesuaikan alur cerita yang telah dirancang. Sementara itu, tahap *testing* mencakup evaluasi internal untuk menilai kualitas teknis dan kesesuaian isi, serta uji validasi informal lima siswi SMA yang mewakili target audiens remaja perempuan. Melalui pendekatan ini, produksi video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga mendukung upaya peningkatan literasi konsumen secara kreatif.

Kata kunci: Animasi, Penyuntingan, Kosmetik Ilegal, Grafik Gerak

1. LATAR BELAKANG

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), hingga akhir Oktober 2024, jumlah industri kosmetik di Indonesia telah mencapai 1.249 perusahaan, serta mengalami peningkatan sebesar 16,40% dibandingkan tahun sebelumnya (BPOM, 2024). Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam sektor kosmetik, baik dari kalangan industri besar maupun usaha kecil dan menengah.

Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan industri kosmetik, peredaran produk ilegal dan berbahaya juga semakin meningkat. Produk-produk ini banyak beredar tanpa izin resmi dan tidak melalui uji keamanan sesuai standar BPOM. Beberapa di antaranya mengandung bahan berbahaya yang dapat menimbulkan efek samping bagi kesehatan, seperti iritasi kulit, alergi, hingga dampak jangka panjang yang lebih serius (Sutriyono et al., 2024).

Pada akhir tahun 2024, BPOM menemukan 235 item kosmetik ilegal dan/atau berbahaya dengan nilai lebih dari Rp8,91 miliar di empat wilayah Indonesia (BPOM, 2024). Jumlah ini menunjukkan bahwa produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar masih beredar luas dan diminati oleh masyarakat. Maraknya peredaran kosmetik ilegal ini menjadi tantangan bagi pihak berwenang dalam menekan penyebarannya serta memastikan bahwa produk yang beredar di pasaran aman untuk digunakan oleh masyarakat.

Kosmetik ilegal sering kali tidak mencantumkan informasi kandungan yang jelas, sehingga konsumen tidak mengetahui risiko yang mungkin ditimbulkan. Sende et al. (2020) juga menyebutkan bahwa peredaran kosmetik tanpa izin sering kali dilakukan melalui platform daring atau jalur distribusi tidak resmi, yang membuat pengawasan menjadi lebih sulit. Produk-produk tersebut sering kali dikemas dengan tampilan yang menyerupai kosmetik legal, sehingga sulit dibedakan oleh konsumen.

Kurangnya edukasi dan kesadaran konsumen menjadi salah satu faktor dalam penyebaran kosmetik ilegal di Indonesia, terutama melalui platform online. Banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan antara produk kosmetik yang legal dan ilegal, sehingga lebih rentan membeli produk tanpa izin edar. Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021 menunjukkan bahwa hanya sekitar 29,21% penduduk Indonesia yang menyelesaikan pendidikan menengah, sementara hanya 9,67% yang mencapai jenjang pendidikan tinggi. Rendahnya angka ini menunjukkan tantangan dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya memilih produk yang aman dan terdaftar (Kusnandar, 2021).

Penelitian lainnya juga menemukan bahwa banyak konsumen tidak menyadari bahaya bahan berbahaya dalam kosmetik ilegal, seperti merkuri dan hidrokuinon, yang dapat menyebabkan dampak negatif bagi kesehatan (Natah & Marwanto, 2020). Konsumen sering kali lebih tergiur oleh harga murah dan promosi menarik tanpa mempertimbangkan legalitas serta keamanan produk. Selain itu, studi Sende et al. (2020) mengungkapkan bahwa banyak konsumen membeli kosmetik secara online tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut, hanya mengandalkan iklan atau rekomendasi dari teman dan influencer.

Upaya edukasi yang efektif dan menarik diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menggunakan produk skincare yang legal dan aman. Menurut Rastiawaty & Alrip (2024), masih banyak konsumen yang kurang memahami perbedaan antara produk yang telah memiliki izin resmi dengan produk ilegal yang berpotensi berbahaya. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang menarik dan mudah dipahami sangat dibutuhkan agar masyarakat dapat lebih selektif dalam memilih produk yang mereka gunakan.

Salah satu cara yang dapat digunakan dalam upaya edukasi ini adalah melalui media berbasis animasi. Sutrisman (2022) menjelaskan bahwa animasi merupakan sekumpulan gambar yang telah diproses sedemikian rupa sehingga dapat menciptakan gerakan sesuai dengan alur yang telah ditetapkan. Sejalan dengan itu, Saleh & Andhini (2021) menemukan bahwa penggunaan media animasi dapat membantu meningkatkan aktivitas belajar siswa pada setiap pertemuan.

Dalam pembuatan media edukasi, teknik animasi yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi adalah *motion graphic*. Sutrisman (2022) menyatakan bahwa teknik ini memungkinkan berbagai elemen desain grafis digunakan secara dinamis agar pesan yang disampaikan lebih menarik dan efektif. *Motion graphic* menggabungkan ilustrasi, tipografi, dan videografi dengan teknik animasi sehingga dapat menghasilkan tampilan visual yang bergerak.

Menurut Yudhana & Gunawan (2023), keunggulan utama *motion graphic* terletak pada kemampuannya dalam meningkatkan interaksi antara penonton dan konten yang disampaikan. Dengan visual yang lebih hidup dan alur penyampaian yang menarik, penonton cenderung lebih fokus dan terlibat secara aktif dalam memahami informasi yang diberikan. Hal ini membuat *motion graphic* menjadi salah satu media yang efektif dalam menyampaikan pesan edukasi maupun kampanye informasi kepada berbagai lapisan masyarakat.

Peran editor dalam produksi film animasi, termasuk video edukatif berbasis *motion graphic*, sangat penting untuk memastikan alur cerita dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Editor tidak hanya menggabungkan potongan gambar atau *shot* secara acak, tetapi juga mempertimbangkan urutan visual yang logis dan menarik. Sarwanto (2018) menjelaskan bahwa dalam produksi film animasi, proses penggabungan dilakukan mulai dari menentukan jenis *shot* yang akan disambungkan dengan *shot* berikutnya.

Editor juga memegang peranan penting dalam menyampaikan cerita secara lebih efektif dalam video animasi. Menurut Rahman et al. (2025) editor merupakan salah satu aspek penting dalam pembuatan animasi karena berperan dalam memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan harapan dan kebutuhan penonton. Dalam proses ini, editor bekerja menyesuaikan alur visual, suara, dan teks agar semuanya terasa selaras dan mudah dipahami.

Dengan mempertimbangkan efektivitas dalam penyampaian informasi, penulis memilih menggunakan animasi berbasis *motion graphic* sebagai media edukasi mengenai pentingnya penggunaan skincare yang legal dan aman. Teknik *motion graphic* diimplementasikan melalui enam tahapan produksi, yaitu *concept*, *design*, *material collection*, *assembly*, *testing*, dan *distribution* (Rizal et al., 2021). Namun, dari keseluruhan tahapan tersebut, penulis memfokuskan pembahasan pada tiga tahap utama dalam proses editing, yakni *material collection*, *assembly*, dan *testing*, karena pada tahap inilah proses editing paling dominan diterapkan. Oleh karena itu, tujuan dari penulisan ini adalah untuk menguraikan implementasi teknik *motion graphic* pada ketiga tahap tersebut dalam produksi video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman”.

2. KAJIAN TEORITIS

Animasi merupakan proses menciptakan gerakan atau perubahan visual dalam rentang waktu tertentu. Sutrisman (2022) menyatakan bahwa animasi adalah kumpulan gambar yang diolah sedemikian rupa hingga mampu menampilkan gerakan mengikuti alur yang telah dirancang. Teknik ini memungkinkan penyampaian pesan secara lebih menarik dan komunikatif, khususnya dalam media edukatif seperti video animasi. Untuk menghasilkan animasi yang efektif dan informatif, dibutuhkan proses editing yang tepat guna menyusun elemen-elemen visual secara sistematis.

Editing adalah proses menyusun dan menggabungkan beberapa *shot* atau gambar menjadi satu kesatuan adegan atau *scene* yang utuh. Dalam proses ini, berbagai elemen

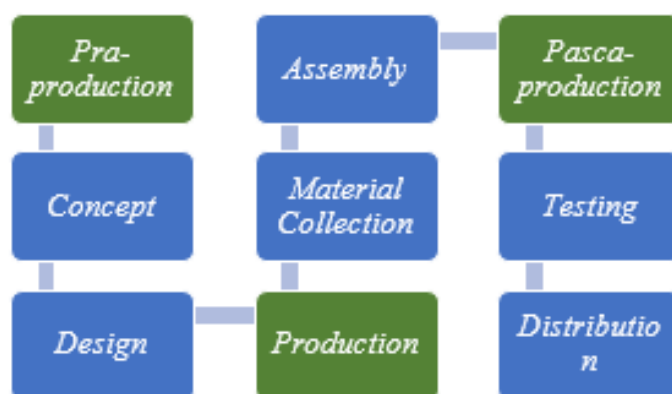
visual disusun agar membentuk alur yang jelas dan mendukung narasi yang ingin disampaikan (Suastika et al., 2021). Dalam dunia produksi audiovisual, editing bukan hanya sekadar memotong dan menyusun klip, tetapi juga melibatkan penyesuaian warna, pencahayaan, serta sinkronisasi elemen suara guna meningkatkan kualitas visual dan penyampaian pesan. Menurut Cahyadi (2023), proses editing bertujuan untuk menyusun elemen-elemen tersebut agar membentuk sebuah tayangan yang lebih menarik dan efektif. Peran penting dalam tahapan ini dijalankan oleh seorang editor.

Editor adalah seseorang yang bertugas dalam tahap penyuntingan atau editing, yaitu proses di mana seluruh gambar atau adegan yang telah diambil akan dipilih, disusun, dan diproses hingga membentuk satu rangkaian cerita yang utuh. Tahap ini sangat penting karena menentukan bagaimana alur visual sebuah karya akan tersaji kepada penonton. Seperti dijelaskan oleh Nasution (2024), editor adalah individu yang menjalankan tahap editing, dengan cara memilih, memproses, dan merangkai gambar menjadi satu rangkaian utuh. Salah satu pendekatan visual yang banyak digunakan oleh editor dalam video edukatif adalah motion graphic.

Motion graphic merupakan bentuk visual yang bergerak dan disusun berdasarkan urutan waktu tertentu (Anita & Marisa, 2017). Bentuk media ini biasanya menggabungkan unsur film dan desain grafis, sehingga menghasilkan tampilan yang menarik dan komunikatif. Dengan kemampuannya menyampaikan pesan melalui visual yang dinamis, motion graphic menjadi salah satu media yang efektif dalam dunia komunikasi digital saat ini, termasuk untuk menyampaikan isu-isu penting seperti keamanan produk skincare yang banyak digunakan masyarakat.

Di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan skincare, masih banyak ditemukan peredaran produk skincare ilegal yang tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Produk-produk ini kerap mengandung bahan kimia berbahaya seperti merkuri dan steroid, yang tidak termasuk dalam daftar bahan yang diperbolehkan sebagai bahan kosmetik berdasarkan Peraturan Kepala BPOM (Fadhila et al., 2020). Penggunaan produk semacam ini menimbulkan risiko bagi kesehatan kulit karena tidak melalui proses evaluasi keamanan yang semestinya. Fadhila et al. (2020) menyebutkan bahwa skincare yang tidak berlabel BPOM berpotensi membahayakan konsumen. Ketiadaan izin edar pada produk tersebut menjadi indikator bahwa formulasi kandungannya tidak sesuai dengan standar keamanan yang telah ditetapkan, sehingga penting untuk mewaspadai dan menghindari produk-produk yang tidak terdaftar secara resmi.

3. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Tahapan produksi animasi dengan teknik motion graphic

Proses pembuatan video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” melibatkan tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Produksi video animasi dimulai dari tahap pra-produksi yang diawali dengan sesi *brainstorming* untuk menentukan topik yang relevan dan edukatif. Setelah mempertimbangkan beberapa isu, tim memilih untuk mengangkat bahaya penggunaan skincare ilegal karena kedekatannya dengan keseharian remaja perempuan. Dari topik tersebut, dikembangkan premis cerita, *storyline*, hingga naskah yang menyusun alur dan dialog. Karakter utama seperti Maya, Serumi, dan Dr. PomPom dirancang untuk mewakili peran edukatif dan emosional dalam cerita, sementara moodboard visual disusun agar sesuai dengan preferensi target audiens.

Setelah naskah dan desain karakter selesai, proses berlanjut ke penyusunan *storyboard* sebagai panduan visual tiap adegan. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan alur cerita dapat divisualisasikan dengan jelas dan konsisten saat animasi dibuat. *Storyboard* memuat sketsa kasar tiap scene, termasuk posisi karakter, ekspresi, dan arah gerakan. Dengan panduan ini, editor animasi memiliki acuan dalam menyusun urutan animasi yang efektif dan komunikatif.

Pada tahap produksi, editor animasi mulai menggerakkan karakter dan elemen visual lainnya sesuai urutan adegan menggunakan Adobe After Effects. Gerakan karakter dibuat sederhana namun ekspresif agar pesan mudah dipahami. Proses ini juga mencakup penambahan transisi, teks pendukung, dan *color correction* untuk menjaga konsistensi visual. Setelah itu, elemen suara seperti *voice over*, *background*, dan efek suara ditambahkan dengan menyesuaikan suasana dan kebutuhan cerita.

Tahap pasca-produksi dimulai dengan proses *rendering*, menggabungkan seluruh elemen visual dan audio ke dalam satu video utuh. Video diproses dalam format HD untuk memastikan kualitas optimal. Setelah rendering, tim melakukan evaluasi internal dan revisi

untuk meninjau kualitas teknis dan isi. Revisi dilakukan berdasarkan masukan, terutama pada bagian audio dan informasi visual.

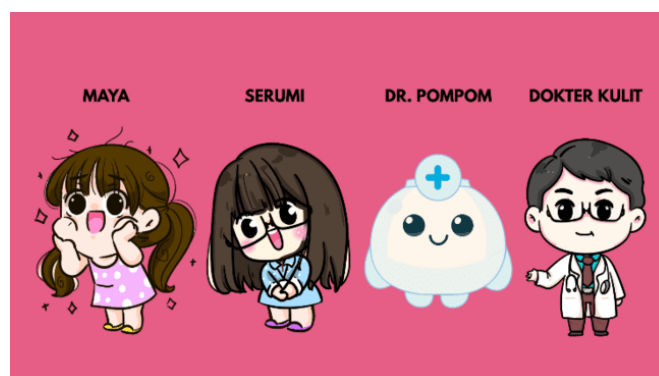
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam produksi video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman”, proses dimulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi yang dilakukan secara runtut. Pada tahap pra-produksi, fokus utama adalah pada *concept* dan *design*. Tahap ini menjadi dasar penting karena seluruh elemen seperti cerita, karakter, gaya visual, serta alur narasi ditentukan di sini sebelum diubah ke dalam bentuk animasi.

Gaya visual yang digunakan adalah karakter chibi, ilustrasi dengan tubuh kecil dan kepala besar, yang memberikan kesan ringan dan cocok untuk audiens remaja. Warna-warna pastel dipilih untuk memperkuat karakterisasi: Maya diberi warna ungu pastel untuk mencerminkan sifat santai namun ceroboh; Serumi menggunakan biru muda yang menggambarkan ketenangan; Dr. PomPom, tokoh edukatif, juga memakai biru muda untuk memberi kesan profesional; dan dokter kulit digambarkan dengan jas putih serta hijau pastel agar terkesan sejuk dan dapat dipercaya.

Pemilihan warna ini bukan hanya untuk keindahan visual, tetapi juga didasarkan pada makna psikologis warna, seperti yang dijelaskan oleh Nandy (2023) di situs Gramedia: pink pastel memberi kesan feminin, ungu untuk ketenangan, biru untuk kedamaian, dan hijau untuk kesejukan. Setelah konsep dan desain dirampungkan, proses dilanjutkan ke tahap produksi dan pasca-produksi yang mencakup tiga bagian utama: *material collection*, *assembly*, dan *testing*. Ketiganya akan dijelaskan secara rinci pada bagian selanjutnya.

Tahap Material Collection



Gambar 2. Karakter video animasi "Produk Aman, Kulit Nyaman"

Setelah menyelesaikan seluruh rangkaian pra-produksi, penulis mulai masuk ke tahap *material collection* atau pengumpulan aset yang diperlukan untuk produksi. Di tahap ini,

tugas penulis sebagai editor animasi adalah memastikan semua bahan visual dan audio yang dibutuhkan sudah lengkap dan sesuai dengan *storyboard* yang telah disusun sebelumnya. Karakter yang ditampilkan dalam video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” ini terdiri dari Maya dan Serumi sebagai tokoh utama, serta Dr. PomPom dan seorang dokter kulit sebagai tokoh pendukung yang memberikan edukasi mengenai pentingnya penggunaan skincare legal. Semua file penulis simpan dengan penamaan agar memudahkan proses penyuntingan nantinya.

Selain mengumpulkan aset visual, penulis juga mulai mencari referensi audio. Untuk musik dan *sound effects*, penulis memilih sumber bebas royalti agar karya dapat dipublikasikan di YouTube tanpa hambatan hak cipta. Namun, khusus untuk voice over, proses perekamannya penulis lakukan di tahap akhir tahap assembly.

Di tahap ini, penulis benar-benar berfokus pada kerapian manajemen file. penulis membuat folder khusus untuk tiap scene, dan memastikan setiap elemen yang dibutuhkan mudah ditemukan saat proses editing dimulai. *Material collection* menjadi awal yang penting sebelum penulis mulai menyusun semua komponen visual dan audio ke dalam bentuk animasi yang utuh.

Tahap Assembly



Gambar 3. Visualisasi scene pembuka

Tahap *assembly* adalah tahap di mana seluruh potongan animasi, baik itu gambar, gerakan, suara, hingga transisi antar adegan, disusun dan disatukan sesuai urutan cerita yang telah dirancang sejak awal. Dalam video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” ini, tahap *assembly* dimulai dengan menyusun scene pembuka yang menampilkan judul animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman”. Judul ini diberi efek visual 3D seperti *bevel*, *drop shadow*, dan *glow*, supaya tampak seperti balon yang lucu dan mencolok. Karakter Maya

langsung dimunculkan di tengah layar, agar penonton bisa langsung mengenali siapa tokoh utama dalam cerita ini.

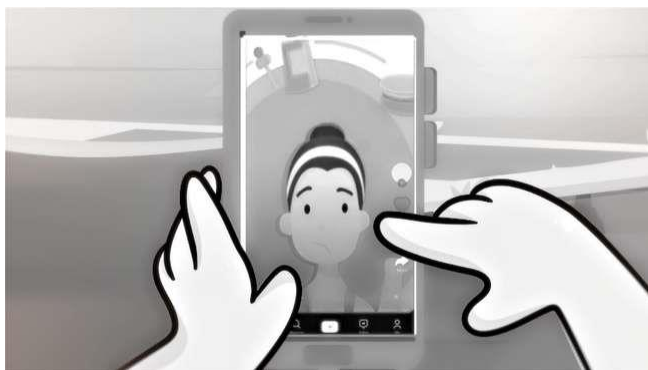
Setelah pembuka, potongan animasi dari sequence pertama mulai disatukan. Scene pertama memperlihatkan Maya yang sedang panik, dan ekspresinya diperkuat dengan tambahan ikon tanda seru di dekat kepalanya. Gerakan karakter dibuat dengan efek *bounce* untuk menciptakan kesan ringan dan menyenangkan. Di tahap ini, *assembly* juga melibatkan sinkronisasi antara gerakan karakter dengan ekspresi wajah, sehingga emosi yang dirasakan Maya bisa langsung tersampaikan ke penonton.



Gambar 4. Visualisasi sequence Maya dan Serumi

Pada sequence kedua, bagian *assembly* berfokus pada transisi yang halus dari scene sebelumnya ke adegan Maya dan Serumi yang sedang berbicara. Pergerakan kamera horizontal ditambahkan agar perpindahan adegan terasa lebih alami. Maya yang menangis di depan cermin karena kulitnya rusak kemudian ditampilkan dengan efek merah pada wajah, dan animasinya disusun naik perlahan menggunakan *keyframe*. Di sini, tahapan *assembly* penting untuk mengatur tempo dan kesinambungan cerita antar scene.

Sequence keempat dan kelima menyajikan produk skincare ilegal dan reaksi Maya terhadapnya. Animasi produk yang muncul dari kanan ke kiri, ditambah efek angin ringan, membuat visual terasa dinamis. Di scene selanjutnya, Maya terlihat panik dan elemen visual seperti area kemerahan dibuat berkedip untuk menunjukkan rasa tidak nyaman. Di tahap ini, tahap *assembly* tidak hanya menyusun gambar dan animasi, tapi juga memastikan bahwa transisi antar adegan tetap konsisten dan mendukung jalan cerita.



Gambar 5. Visualisasi sequence flashback

Pada sequence flashback, tahap *assembly* menekankan pengaturan suasana. Adegan dibuat hitam putih dan ditambahkan efek *rewind* untuk menandakan bahwa cerita sedang mundur ke masa lalu. Gerakan dipercepat agar terasa seperti memori yang sedang diputar ulang. Penempatan warna dan ritme gerak diatur agar perbedaan waktu dalam cerita bisa langsung dimengerti penonton tanpa perlu penjelasan verbal tambahan.

Selanjutnya, dalam scene saat Maya melihat iklan skincare di ponselnya, detail animasi jari yang mengetuk layar dan ekspresi tertarik Maya disatukan dengan hati-hati. Handphone diberi efek *pulsing* agar terlihat sedang menjadi pusat perhatian Maya. Di bagian ini, tahap *assembly* memastikan bahwa gerakan karakter dan objek selaras satu sama lain dan tidak terasa janggal saat ditonton secara keseluruhan.



Gambar 6. Visualisasi kedatangan paket milik karakter Maya

Pada sequence berikutnya, *assembly* juga mengatur proses pengiriman paket. Gerakan *zoom in* ke paket disusun agar fokus penonton langsung tertuju ke benda tersebut. Detail kecil seperti label pengirim “Dr. Unknown Skincare” juga dipastikan muncul dalam frame yang tepat untuk memberikan informasi tambahan secara visual. Semua potongan ini disusun supaya pesan cerita dapat tersampaikan secara halus.

Ketika Maya mencoba produk tersebut, animasinya kembali diberi efek *bounce* agar sesuai dengan gaya visual sebelumnya. Lalu dalam transisi dari masa lalu ke masa kini, tampilan kembali berwarna dan air mata Maya dianimasikan mengalir deras untuk

menegaskan rasa sedihnya. Tahap *assembly* di sini sangat penting untuk menjaga ritme emosi dan menyambungkan alur cerita dari satu waktu ke waktu lain dengan mulus.



Gambar 7. Visualisasi edukasi dari karakter Dr. PomPom

Masuk ke bagian edukatif, munculnya karakter Dr. PomPom disusun dengan efek zoom dari layar tab dan ditambahkan animasi awan agar terkesan fantasi. Tubuh Dr. PomPom diberi efek *wiggle* agar terlihat menggemaskan dan energik. Website BPOM, perbandingan produk palsu dan asli, serta klaim promosi yang berlebihan dimunculkan dalam urutan yang sistematis agar pesan edukasi tetap mudah dimengerti namun tetap menyenangkan untuk ditonton.



Gambar 8. Visualisasi scene kelima sequence pertama

Tahap *assembly* dilanjutkan dengan menyatukan bagian penutup, di mana Serumi mengajak Maya ke dokter, dan kemudian adegan konsultasi dengan dokter kulit dimunculkan. Gerakan dokter, transisi latar belakang, serta pengaturan posisi karakter dirapikan agar semuanya tampak natural. Di sinilah keseluruhan elemen, dari visual, animasi, hingga alur narasi disatukan agar menjadi satu kesatuan cerita yang utuh dan mengalir.

Setelah proses menyatukan elemen-elemen animasi, pada tahap selanjutnya, penulis melakukan *color correction* menggunakan *magic bullet tools* untuk menyelaraskan tone warna agar tampilan visual lebih nyaman dilihat. Kemudian, penulis merekam *voice over* berdasarkan naskah yang telah disusun, dengan penyesuaian intonasi sesuai karakter dan

suasana. Audio hasil rekaman kemudian diedit agar terdengar bersih sebelum dimasukkan ke dalam animasi.

Setelah *voice over* selesai, ditambahkan *background* dan *sound effect* yang sesuai dengan suasana animasi yang ringan dan ceria. Penulis juga menambahkan *subtitle* yang sinkron dengan narasi untuk memperkuat penyampaian pesan. Dari sisi visual, font *Montserrat* dan *Poppins* digunakan secara konsisten karena tampilannya yang bersih dan mudah dibaca, sehingga mendukung animasi yang informatif dan menarik.

Tahap Testing

Setelah seluruh elemen animasi selesai dirangkai dan disempurnakan, langkah berikutnya adalah proses *rendering*. *Render* dilakukan dengan pengaturan kualitas terbaik, yaitu resolusi 1920 x 1080 piksel dan kecepatan 30 fps agar hasil akhir tetap tajam dan nyaman ditonton, terutama saat diunggah ke platform media sosial yang biasanya sudah mendukung standar High Definition (HD).

Sebagai bentuk validasi terhadap hasil karya, dilakukan uji coba informal kepada lima siswi kelas 12 SMA di SMAN 24 Bandung. Pemilihan peserta uji coba didasarkan pada kesesuaian usia dan karakteristik target audiens, yakni remaja berusia 16–18 tahun yang menjadi kelompok sasaran utama pesan dalam animasi ini. Uji coba dilakukan dalam bentuk pemutaran karya di lingkungan sekolah dengan pendampingan ringan dari penulis, disertai pemberian lembar respons sederhana yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup mengenai pemahaman isi, daya tarik visual, kenyamanan audio, serta pesan moral yang diterima.

Tabel 1. Hasil Validasi Siswi Kelas 12 SMAN 24 Kota Bandung

Hasil Validasi			
No.	Inisial Siswi	Respons	Pemahaman
1.	D. A. N	Bagus, karakternya lucu	Dapat mudah dipahami pesan tentang skincare yang bahaya
2.	R. P. B	Seru nontonnya	Menyadari pentingnya memilih produk kecantikan yang tidak hanya viral
3.	R. A	Banyak infonya	Mengetahui cara mengecek suatu produk

			lewat web BPOM
4.	S. K.	Keren	Kewaspadaan dalam memilih produk
5.	A. S. A	Menarik, tapi agak panjang dikit	Memahami dampak jangka panjang dari zat berbahaya

Begitu proses *rendering* selesai, penulis dan tim langsung masuk ke sesi evaluasi internal. Tidak hanya itu, dilakukan pula uji coba informal kepada lima siswi kelas 12 SMA di SMAN 24 Bandung. Peserta dipilih karena mewakili karakteristik target audiens, yaitu remaja perempuan usia 16–18 tahun. Uji coba dilakukan melalui pemutaran animasi di lingkungan sekolah dengan pendampingan ringan dari penulis, serta pemberian lembar respons berisi pertanyaan terbuka dan tertutup mengenai isi, visual, audio, dan pesan moral.

Hasil uji coba menunjukkan bahwa animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” dinilai mampu menyampaikan pesan edukatif secara jelas dan relevan. Visualisasi karakter menarik, dan alur cerita dianggap efektif. Namun, terdapat masukan terkait ukuran subtitle yang terlalu kecil, audio yang kurang jelas, serta durasi yang dianggap terlalu panjang. Menanggapi hal tersebut, editor melakukan revisi dengan memperbesar subtitle, memperbaiki kualitas audio, serta mempersingkat durasi video animasi

Setelah semua revisi diselesaikan, penulis mengunggah video animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman” ke YouTube karena platform ini paling mudah diakses oleh target audiens, yaitu remaja perempuan usia 11–21 tahun. YouTube juga memungkinkan video diputar dalam berbagai resolusi, sehingga meskipun kualitas videonya HD, penonton tetap bisa mengaksesnya sesuai kemampuan koneksi internet masing-masing.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada proses pembuatan karya animasi “Produk Aman, Kulit Nyaman”, maka dapat diambil simpulan dan saran sebagai berikut:

Pada tahap *material collection*, pengelolaan aset yang rapi dan terstruktur membantu editor animasi bekerja lebih efisien tanpa harus mencari ulang elemen yang dibutuhkan. Oleh karena itu, penting untuk menyiapkan semua aset sejak awal dengan struktur yang jelas agar produksi berjalan lancar.

Perakitan elemen visual dalam tahap *assembly* menuntut ketajaman teknis dan kreativitas. Penyusunan alur cerita harus memperhatikan ritme visual dan kesinambungan

antar adegan. Disarankan agar editor animasi terus melatih kepekaan naratif, bukan hanya kemampuan teknis.

Tahap *testing* menjadi kunci untuk menyempurnakan karya, sebagaimana terlihat dari hasil uji validasi kepada lima siswi SMA yang memberikan *feedback* terkait video animasi. Maka, editor animasi sebaiknya menyediakan waktu cukup untuk revisi agar hasil akhir lebih optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Anita, & Marisa. (2017). Rancangan video media promosi berbasis motion graphic 2D untuk meningkatkan jumlah mahasiswa Universitas Widyagama Malang. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2).
- BPOM. (2024a). BPOM temukan peredaran kosmetik ilegal dari 4 wilayah di Indonesia. <https://www.pom.go.id/siaran-pers/bpom-temukan-peredaran-kosmetik-ilegal-dari-4-wilayah-di-indonesia-senilai-lebih-dari-rp8-91-miliar>
- BPOM. (2024b). Daftar kosmetik yang dinyatakan mengandung bahan dilarang atau berbahaya di peredaran. <https://standar-otskk.pom.go.id/berita/daftar-kosmetik-yang-dinyatakan-mengandung-bahan-dilarang-atau-berbahaya-di-peredaran>
- Cahyadi. (2023). *Editing dan motion graphic*. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar.
- Fadhila, Rahmawati, Muntari, Larasati, El Java, Wijayanto, Wahyudi, Ningrum, Azzahrya, Agustin, Putri, Sarah, Wolokasono, & Nita. (2020). Pengetahuan dan penggunaan produk pemutih dan pencerah di Kecamatan Sukolilo Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas (JFK)*.
- Kusnandar. (2021). Hanya 0,02% penduduk Indonesia berpendidikan hingga S3 pada Juni 2021. <https://databoks.katadata.co.id/pendidikan/statistik/439ed6be0573c9b/hanya-002-penduduk-indonesia-berpendidikan-hingga-s3-pada-juni-2021>
- Nandy. (2023). Warna pastel: Pengertian, sejarah, karakteristik, dan macam-macamnya. <https://www.gramedia.com/best-seller/warna-pastel-pengertian-sejarah-karakteristik-dan-macam-macamnya/>
- Nasution. (2024). Peran editor dalam membuat grafis dan konten promosi pada program televisi variety show live “Warisan Warna-Warni.” Politeknik Negeri Media Kreatif.
- Natah, & Marwanto. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengonsumsi produk kosmetik impor ilegal yang mengandung bahan berbahaya. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(2). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/54455>
- Rahman, Deanda, & Mario. (2025). Editing dalam animasi dari pengenalan Lingsir Wengi dan Kidung Rumeksa Ing Wengi pada anak remaja di Bandung, 12(1). [PDF pribadi].

- Rastiauwaty, & Alrip. (2024). Penegakan hukum terhadap peredaran kosmetik ilegal: Perspektif teori kontrol sosial Travis Hirschi, 670, 555–568. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.03.261>
- Rizal, Butsiarah, & Pahany. (2021). Perancangan animasi motion graphic sebagai media promosi STMIK AKBA. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/joism/article/download/514/228/2578>
- Saleh, & Andhini, W. (2021). Efektivitas penggunaan media animasi terhadap hasil belajar siswa. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*. <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/whn>
- Sarwanto. (2018). Implementasi elemen editing pada produksi film animasi untuk mempertahankan kesinambungan imajinasi penonton. *Jurnal Ilmiah Multimedia dan Komunikasi*, 3(2). <https://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimk/article/view/236/174>
- Sende, Pramudita, Salafuddin, & Yunianto. (2020). Peredaran kosmetik pemutih ilegal di Indonesia dan upaya penanggulangannya, 1(1), 4862.
- Suastika, W., Susanthi, N. L. P. S., & Prabhawita, N. M. E. (2021). Memperkuat tangga dramatik film “Senang Bertemu Denganmu” melalui penerapan editing aspek ritmik. *Jurnal Film dan Televisi Calaccitra*. <https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/calaccitra/article/view/759/267>
- Sutrisman. (2022a). Efektivitas penggunaan motion graphic sebagai media pembelajaran augmented reality pada Program Studi Teknologi Informatika Multimedia Digital Politeknik Negeri Sriwijaya. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/view/5880/2224>
- Sutrisman. (2022b). Efektivitas penggunaan motion graphic sebagai media pembelajaran augmented reality pada Program Studi Teknologi Informatika Multimedia Digital Politeknik Negeri Sriwijaya. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/download/5880/2224>
- Sutriyono, Hardyansah, R., Suwito, S., Khayru, R. K., Arifin, S., Saktiawan, P., & Pakpahan, N. H. (2024). BPOM in monitoring and controlling illegal cosmetics. *ISSE International Journal of Service Science*, 5(2).
- Yudhana, A. R., & Gunawan, R. (2023). Peran motion graphic pada animasi Kok Bisa sebagai mediakomunikasi visual. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 4(1). <https://www.researchgate.net/publication/378699209>