

# PERANCANGAN MOTION GRAPHIC SEBAGAI VIDEO PEMBELAJARAN TENTANG BUSINESS ACUMEN UNTUK PEGAWAI TELKOM BANDUNG

Muhammad Wahyu Ramadhan<sup>1</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1</sup>  
email: ramaa.scholar@gmail.com

Received:  
03-06-2025  
Reviewed:  
04-06-2025  
Accepted:  
05-06-2025

**ABSTRAK:** Dalam era digital yang terus berkembang, pemahaman yang mendalam tentang *business acumen* menjadi krusial bagi karyawan untuk meningkatkan kinerja mereka. Untuk kinerja dalam meningkatkan pemahaman materi *business acumen*, maka perancangan untuk video pembelajaran berbasis *motion graphic* tentang *business acumen* bagi pegawai PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) Bandung dibuat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan para ahli, sementara data kuantitatif dikumpulkan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Data primer yang diperoleh yaitu dari wawancara dan observasi, serta data sekunder dari studi literatur. Proses perancangan mengikuti langkah-langkah *design thinking*, termasuk tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil pengukuran menggunakan rumus N-gain menunjukkan rata-rata skor sebesar 0,6 atau 60%, menandakan peningkatan pemahaman pegawai. Respon positif dari 19 peserta menunjukkan efektivitas media ini. Berdasarkan perancangan ini, disarankan Telkom untuk terus mengembangkan dan mengeksplorasi berbagai media dalam pembelajaran agar pemahaman pegawai tetap relevan dengan perkembangan zaman.

**Kata Kunci:** *Motion Graphic*, Video Pembelajaran, *Business Acumen*, PT Telekomunikasi Indonesia

**ABSTRACT:** In an ever-evolving digital era, a deep understanding of *Business acumen* has become crucial for employees to enhance their performance. To improve the comprehension of *Business acumen* material, a design for a *motion graphic*-based learning video for employees of PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) in Bandung was developed. This research employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative methodologies. Qualitative data was gathered through interviews with experts,

*while quantitative data was collected via pre tests and post-tests to measure participants understanding improvement. Primary data was obtained from interviews and observations, alongside secondary data from literature studies. The design process followed the steps of design thinking, encompassing the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Measurement results using the N-gain formula indicated an average score of 0.6, or 60%, reflecting an enhancement in employee understanding. Positive feedback from 19 participants further underscores the effectiveness of this medium. Based on this design, it is recommended that Telkom continue to develop and explore various media in learning to ensure that employee understanding remains relevant in line with contemporary advancements.*

**Keywords:** Motion Graphic, Educational Video, Business acumen, PT Telekomunikasi Indonesia

## PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, pemahaman yang mendalam mengenai bisnis atau yang dikenal dengan istilah *business acumen* menjadi salah satu kompetensi penting bagi pegawai di berbagai sektor, termasuk di Badan Usaha Milik Negara (BUMN). *Business acumen* mencakup pemahaman tentang bagaimana sebuah perusahaan beroperasi, bagaimana keputusan bisnis dibuat, serta dampaknya terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan (Achmad & Etikariena, 2024). PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) sebagai salah satu perusahaan BUMN terbesar di Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk memastikan pegawai mereka memiliki pemahaman yang kuat tentang aspek bisnis guna mendukung strategi dan keberlanjutan perusahaan.

Menurut Yusuf Hendriarto, *General Manager* dari Telkom dan ahli dibidang materi, *business acumen* diambil karena terdapat perubahan tren bisnis yang cepat, dinamika komposisi karyawan, serta regulasi yang terus berkembang, menuntut perusahaan untuk selalu beradaptasi di setiap lini dan level bisnis. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap perubahan yang dilakukan tetap memberikan keuntungan bagi bisnis. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang *business acumen* menjadi krusial bagi karyawan agar dapat mengidentifikasi peluang bisnis dan berkontribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Metode pembelajaran konvensional yang selama ini diterapkan di PT. Telkom, seperti ceramah dan diskusi kelompok, seringkali dianggap kurang menarik dan kurang efektif dalam meningkatkan pemahaman pegawai mengenai *business acumen*. Materi yang disampaikan cenderung bersifat teoritis dan kurang relevan dengan situasi bisnis nyata yang dihadapi pegawai. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya juga menjadi kendala dalam pelaksanaan pelatihan yang efektif.

Seiring dengan perkembangan teknologi, metode pembelajaran konvensional mulai tergeser oleh metode pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik (Haris & Putra, 2020), salah satunya adalah melalui *motion graphic*. *Motion graphic* adalah teknik animasi yang menggabungkan elemen grafis serta suara untuk menyampaikan informasi secara dinamis dan menarik. Bentuk *motion graphic* yang interaktif dan visualnya yang menarik membuatnya menjadi media pembelajaran yang efektif dalam menyampaikan konsep bisnis yang kompleks secara lebih sederhana dan mudah dipahami (Saddam Akbar, 2023). Dengan demikian, media *motion graphic* cocok digunakan sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman pegawai terhadap konsep *business acumen*.

Menurut Nunik Nurachmi, *learning development* dari Telkom, pemanfaatan *motion graphic* dalam pembelajaran tidak hanya mempermudah penyampaian materi tetapi juga lebih interaktif dan fleksibel, dapat diakses kapan saja melalui berbagai platform pembelajaran. *Motion graphic* menjadi opsi yang dianggap bisa merepresentasikan tujuan dari pembuatan video pembelajaran dengan tampilan yang lebih

baik dengan menggabungkan elemen visual, teks, dan audio secara dinamis, sehingga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens.

Oleh karena itu, perancangan *motion graphic* sebagai video pembelajaran tentang *business acumen* menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan pemahaman bisnis pegawai Telkom. Video pembelajaran ini diharapkan dapat menyajikan materi secara lebih menarik dan mudah dipahami, sehingga pegawai tetap dalam usia produktif, dapat mengaplikasikan wawasan bisnis yang lebih baik dalam pengambilan keputusan dan strategi kerja sehari-hari.

Perancangan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelatihan di Telkom, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan metode pembelajaran di lingkungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) secara umum. Dengan demikian, diharapkan Telkom dapat menjadi pionir untuk media pembelajaran baru dalam mewadahi modul yang sudah ada, dengan media *motion graphic* dengan penerapan teknologi pembelajaran yang inovatif di antara perusahaan BUMN lainnya.

## METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan dua pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran yang utuh tentang efektivitas video pembelajaran bertema *business acumen*. Dari sisi kualitatif, wawancara dilakukan dengan para ahli, dengan Nunik Nurachmi dan Yusuf Hendriarto, untuk menggali lebih dalam mengenai harapan serta kebutuhan pegawai terhadap media pembelajaran ini. Pendekatan ini membantu memahami tidak hanya konten yang diperlukan, tetapi juga bagaimana video bisa lebih relevan dan menarik bagi audiensnya.

Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur dampak dari video pembelajaran yang telah dibuat. Melalui *pre-test* dan *post-test*, peneliti dapat menilai sejauh mana pemahaman peserta meningkat setelah menonton video. Hasilnya dianalisis menggunakan perhitungan *n-gain*, yang memberikan data konkret tentang efektivitas pembelajaran.

Penelitian ini melibatkan karyawan tetap PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang berusia antara 20 hingga 50 tahun. Rentang usia ini dipilih karena mereka berada dalam fase penting dalam perjalanan kariernya baik yang sedang membangun pondasi profesional, maupun yang tengah mengasah kemampuan kepemimpinan. Di tengah dinamika dunia kerja yang terus berubah, banyak dari mereka menghadapi tantangan dalam memahami dan menerapkan konsep *business acumen* secara efektif.

Untuk memastikan hasil yang maksimal dan sesuai kebutuhan pengguna, proses perancangan video ini menggunakan metode *Design Thinking* yang dikembangkan oleh Kelley & Brown. Metode ini menekankan pentingnya memahami pengalaman nyata pengguna dan menciptakan solusi secara kreatif dan berkelanjutan.

Tahapan dimulai dari *Empathize*, di mana peneliti mendalami kebutuhan dan tantangan para pegawai melalui wawancara dengan ahli serta observasi langsung di lingkungan kerja Telkom. Dari sini, muncul pemahaman nyata mengenai kesenjangan antara konsep *business acumen* dan penerapannya di lapangan.

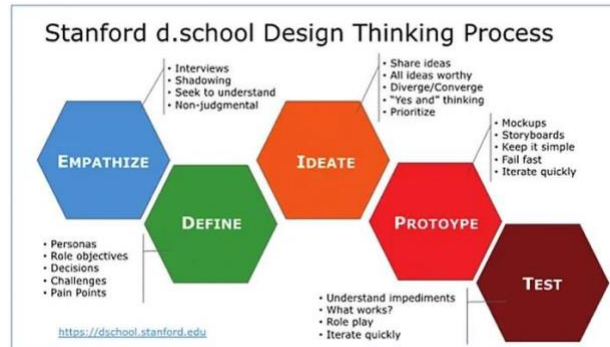
Selanjutnya, di tahap *Define*, peneliti merumuskan masalah inti, seperti keterbatasan metode belajar yang digunakan selama ini dan kesulitan pegawai dalam mengaplikasikan wawasan bisnis dalam pekerjaan sehari-hari. Ini menjadi landasan untuk merancang solusi yang tepat sasaran.

Di tahap *Ideate*, berbagai ide kreatif dikembangkan untuk menjawab pertanyaan seperti “Bagaimana cara membuat video pembelajaran yang lebih menarik dan relevan bagi pegawai Telkom?” Pendekatan ini memicu munculnya gagasan-gagasan inovatif.

Kemudian, pada tahap *Prototype*, peneliti mulai mengembangkan versi awal dari video pembelajaran, dimulai dari pembuatan *script*, *storyboard*, hingga *editing* visual dan audio. *Prototype* ini divalidasi oleh para ahli untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan kebutuhan.

Tahap terakhir adalah *Testing*, di mana video diuji langsung kepada pegawai. Melalui *pre-test* dan *post-test*, peneliti mengukur sejauh mana video ini membantu meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi *business acumen*.

Dengan pendekatan yang menyeluruh dan berpusat pada pengguna, penelitian ini diharapkan mampu menciptakan media pembelajaran yang tidak hanya informatif, tapi juga efektif dan menyenangkan bagi pegawai Telkom dalam meningkatkan wawasan bisnis mereka.



**Gambar 1** *Design Thinking Standard d.school* (Sumber: uxplanet.org)

## KERANGKA TEORETIK

### a. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah proses kreatif yang menggabungkan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu maksud, tujuan maupun pesan.

Desain Komunikasi Visual memiliki tiga fungsi utama yang sangat penting (Fajrin Fitri Nur, 2023). Yaitu sebagai sarana identifikasi, sarana informasi dan intruksi, dan sarana presentasi dan promosi. Desain Komunikasi Visual memiliki cabang ilmunya sendiri (Harun, 2024), antara lain, Tipografi, *Branding*, Fotografi, Videografi, Animasi, Ilustrasi, Periklanan, Desain Grafis Media, Siaran Multimedia, dan *Desain Sign System*.

### b. Motion Graphic

*Motion Graphic* adalah seni menciptakan animasi atau gambar bergerak dengan memanfaatkan teknologi digital. Biasanya, ini digunakan untuk keperluan komersial, seperti dalam iklan, film, video musik, dan produksi televisi (Arifin, 2023).

Menurut Harun (2024) terdapat jenis-jenis *Motion Graphic* antara lain:

- 1) *Animated logo*  
Salah satu bentuk *motion graphic* yang memanfaatkan gaya dan elemen animasi untuk menceritakan sebuah merek dengan cara menggerakkan logo tersebut.
- 2) *Kinetic Typography*  
Kombinasi antara tipografi dan gerak dikenal sebagai *kinetic typography*. *Kinetic typography* memanfaatkan gerakan untuk mengekspresikan dinamika dengan cara yang sama efektifnya seperti gambar visual.
- 3) *Animated Graphic Loops*  
Merupakan animasi yang bergerak dengan halus, biasanya tanpa suara, menggunakan elemen seperti ilustrasi, vektor, teks, atau foto dan biasanya bergerak pendek.
- 4) *Explainer Video*  
Menyajikan informasi lengkap mengenai materi, produk, atau jasa yang dapat digunakan sebagai iklan video yang ditampilkan di berbagai platform.
- 5) *Product Animation*  
Animasi ini menekankan pada fitur produk atau layanan melalui elemen tipografi dan ilustrasi.

### c. Video Pembelajaran

Video pembelajaran merupakan Media atau alat bantu yang berisi pesan-pesan pembelajaran. Video sebagai media audio visual dan mempunyai unsur gerak akan mampu menarik perhatian dan motivasi mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran (Fitri & Ardipal, 2021).

### d. *Motion Graphic* sebagai Media Pembelajaran

*Motion graphic* memiliki peran penting dalam bidang pembelajaran, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini (Firdausiah Salsabila, 2022).

Menurut Anang Silahuddin (2022), klasifikasi media pembelajaran dengan kategori sebagai berikut :

- |                               |                                                            |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 1) Audio                      | : Kaset audio, siaran radio, <i>podcast</i> , telepon, MP3 |
| 2) Cetak                      | : Buku pelajaran, modul, brosur, <i>leaflet</i>            |
| 3) Audio-cetak                | : Kaset audio yang dilengkapi bahan tertulis               |
| 4) Proyeksi visual diam       | : <i>Over Head Transparent</i> (OHT), slide powerpoint     |
| 5) Proyeksi audio visual diam | : Slide powerpoint bersuara                                |
| 6) Visual Gerak               | : Film                                                     |
| 7) Audio visual Gerak         | : Video/VCD/televisi                                       |
| 8) Objek fisik                | : Benda nyata, model                                       |
| 9) Manusia dan lingkungan     | : Guru, pustakawan, laboran                                |
| 10) Komputer                  |                                                            |

### e. *Business Acumen*

*Business acumen* dapat diartikan sebagai sekumpulan keterampilan, perilaku, dan kemampuan yang diperlukan untuk membantu organisasi mencapai tujuan strategisnya. Keterampilan ini sangat penting dalam mendukung pengambilan keputusan yang efektif dan mendorong pertumbuhan serta keberhasilan perusahaan (Achmad & Etikariena, 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Empathize*

Tahap *empathize* menjadi langkah awal yang sangat krusial dalam proses perancangan media pembelajaran. Pada tahap ini, penulis berupaya memahami kebutuhan, tantangan, dan harapan yang terlibat secara langsung, khususnya dari sisi penyusun materi dan media pembelajaran di lingkungan PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom).

#### **Wawancara dengan Ahli Materi (Yusuf Hendriarto)**

Melalui wawancara bersama Bapak Yusuf Hendriarto, penulis memperoleh berbagai wawasan penting mengenai latar belakang pengembangan modul *Business Acumen* di Telkom. Beliau menyampaikan bahwa perubahan yang cepat dalam tren bisnis, komposisi karyawan, dan regulasi menuntut perusahaan untuk terus beradaptasi di semua lini.

Modul ini dirancang sebagai respons terhadap kebutuhan untuk memperkuat kemampuan karyawan dalam mengenali peluang bisnis serta memahami proses bisnis yang sedang berkembang.

Beliau juga menekankan pentingnya media digital, termasuk animasi, dalam menjangkau karyawan dengan gaya belajar yang berbeda, baik auditori, visual, maupun kinestetik. Hal ini memberikan fleksibilitas bagi karyawan untuk belajar kapan saja sesuai ketersediaan waktu mereka.

Modul ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga mampu membantu karyawan melihat hubungan antara pekerjaan sehari-hari dengan pencapaian target finansial perusahaan.

Harapan beliau terhadap modul ini cukup jelas, yaitu menjangkau seluruh karyawan Telkom dan Telkom Group. Mendapatkan Net Promoter Score (NPS) yang tinggi sebagai indikator efektivitas dan kepuasan pengguna.

### Wawancara dengan Ahli Media Pembelajaran (Nunik Nurachmi)

Pendekatan yang lebih teknis mengenai penyampaian konten melalui media disampaikan oleh Ibu Nunik Nurachmi. Menurut beliau, Telkom melalui Telkom Corporate University Center (TCUC) terus berinovasi dalam menyajikan konten pembelajaran yang menarik, mudah dipahami, dan interaktif. Salah satu strategi utama adalah penggunaan animasi dan *motion graphic* yang memadukan elemen visual, audio, dan teks secara harmonis untuk menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana.

Dalam pengembangan media pembelajaran berbasis animasi, evaluasi efektivitas menjadi hal yang penting. Ibu Nunik menjelaskan beberapa metode evaluasi seperti *reviewing* kepada audiens sampel, penyebaran kuesioner, serta penggunaan *pre-post test* atau kuis setelah pembelajaran untuk mengukur pemahaman peserta.

Beliau juga memberikan beberapa poin penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan video pembelajaran, yaitu dengan kesesuaian konten untuk tujuan pembelajaran, narasi yang jelas dan mudah dipahami, konsistensi dalam desain visual (warna, font, gaya ilustrasi), durasi video yang efektif agar tidak membosankan, penggunaan elemen visual yang menarik, seperti ikon, infografik, hingga karakter atau avatar yang merepresentasikan lingkungan kerja Telkom.

#### Kesimpulan Tahap *Empathize*

Dari hasil wawancara yang dilakukan, penulis memperoleh gambaran utuh mengenai kebutuhan dan tantangan dalam pengembangan modul *Business Acumen*. Modul ini tidak hanya menjadi sarana edukatif, tetapi juga bagian dari strategi perusahaan dalam menanamkan pemahaman mendalam terkait proses bisnis dan dampak kerja terhadap performa keuangan perusahaan. Media digital seperti animasi dipilih untuk meningkatkan keterlibatan karyawan dan mempermudah pemahaman, terutama dalam menjawab tantangan gaya belajar yang beragam.

### Define

Pada tahap ini, hasil dari proses wawancara dengan para ahli dianalisis secara mendalam untuk menemukan permasalahan inti serta kebutuhan utama yang harus dijawab dalam perancangan modul pembelajaran *Business Acumen*. Analisis dilakukan melalui tiga langkah utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, mengacu pada pendekatan Miles dan Huberman (1983)

#### • Reduksi Data

Langkah awal dalam proses *define* adalah mereduksi atau menyaring informasi dari wawancara. Informasi yang diperoleh dari para ahli dan pakar di bidang *business acumen* serta media pembelajaran digital dianalisis untuk menemukan tema-tema utama dan tantangan yang dihadapi.

**Tabel 1.** Reduksi Data

|                         |                                                                                                                                                      |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Latar belakang modul    | Perubahan tren bisnis dan regulasi yang cepat menuntut karyawan untuk mampu beradaptasi dan berpikir strategis.                                      |
| Tujuan modul            | Meningkatkan kemampuan karyawan dalam mengidentifikasi peluang bisnis, memahami proses bisnis, serta menyesuaikan strategi dengan dinamika industri. |
| Tantangan utama         | Masih banyak karyawan yang kesulitan memahami keterkaitan antara tugas operasional mereka dan pencapaian target keuangan perusahaan                  |
| Ekspektasi              | Modul ini diharapkan menjangkau seluruh karyawan Telkom dan Telkom Group, dengan dampak yang terukur melalui <i>Net Promoter Score</i> (NPS)         |
| Pemilihan media animasi | Dipilih karena mampu menyampaikan informasi kompleks secara menarik, sederhana, dan visual meningkatkan retensi serta keterlibatan peserta           |

|                 |                                                                                       |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Metode evaluasi | Menggunakan pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap materi. |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|

### • Penyajian Data

Data yang telah diringkas selanjutnya disusun secara sistematis dalam bentuk tabel. Penyajian ini bertujuan memberikan gambaran terstruktur mengenai kebutuhan pembelajaran dan media yang paling sesuai bagi target audiens.

**Tabel 2.** Penyajian Data

|                |                                                                                                                       |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penyajian Data | Modul bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap proses dan peluang bisnis.                                      |
|                | Media animasi <i>motion graphic</i> dipilih karena fleksibel dalam menjangkau beragam gaya belajar.                   |
|                | Tantangan utama adalah menghubungkan antara aktivitas harian dan kontribusinya terhadap pencapaian target perusahaan. |

### • Kesimpulan

Dari proses reduksi dan penyajian data, disimpulkan bahwa, dengan menyediakan modul yang beragam, perusahaan dapat mencapai segmen karyawan yang lebih luas, memenuhi berbagai gaya belajar, dan meningkatkan pemahaman materi. Diharapkan modul ini dapat menjangkau seluruh karyawan Telkom dan Telkom Group, dengan skor promotor yang tinggi, menunjukkan keberhasilan program pembelajaran.

Sebagai langkah lanjutan, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan kunci dalam format “*How Might We*” untuk menggali potensi solusi inovatif.

**Tabel 3.** *How Might We*

| <i>HOW</i>                                                                                                      | <i>MIGHT</i>                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bagaimana cara membantu karyawan mengaitkan tugas operasional dengan target keuangan perusahaan?                | Dengan memahami hubungan antara tugas sehari-hari dan pencapaian keuangan, dapat mengembangkan modul yang menjelaskan konsep melalui studi kasus atau simulasi interaktif seperti Video Pembelajaran.         |
| Bagaimana memastikan modul <i>business acumen</i> menjangkau seluruh karyawan dengan gaya belajar yang berbeda? | Dengan memanfaatkan media digital seperti animasi, kita bisa menciptakan konten yang sesuai untuk berbagai gaya belajar, seperti visual, auditori, dan kinestetik, sehingga modul lebih inklusif dan efektif. |
| Bagaimana meningkatkan keterlibatan karyawan dalam pembelajaran melalui animasi?                                | Menggunakan elemen visual yang dinamis dan interaktif, seperti <i>motion graphics</i> , dapat membuat materi lebih menarik dan meningkatkan partisipasi serta retensi pembelajaran.                           |
| Bagaimana memanfaatkan platform digital untuk fleksibilitas pembelajaran?                                       | Dengan mengintegrasikan modul ke platform seperti <i>MyDigiLearn</i> , karyawan dapat mengakses materi sesuai dengan ketersediaan waktu mereka, memungkinkan pembelajaran yang lebih personal dan fleksibel.  |
| Bagaimana mengukur efektivitas pembelajaran dan pemahaman karyawan terhadap materi?                             | Mengimplementasikan metode evaluasi seperti <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> , dapat membantu menilai                                                                                                     |

seberapa baik materi dipahami dan di mana perbaikan diperlukan.

Analisis target audiens dengan informasi dari narasumber, memperjelas bahwa modul ini ditujukan bagi karyawan Telkom dalam usia produktif (20–50 tahun), yang umumnya memiliki semangat belajar tinggi dan terbiasa dengan teknologi digital.

### Ideate

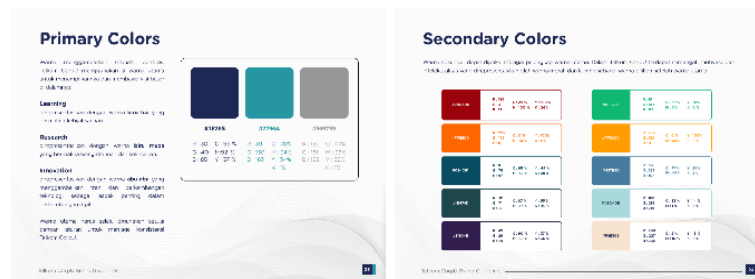
Setelah melalui proses *define* yang mengidentifikasi tantangan, kebutuhan, dan harapan audiens berdasarkan wawancara dengan para ahli, peneliti melanjutkan ke tahap *ideate*. Tahap ini berfokus pada pengembangan ide-ide kreatif sebagai solusi untuk menjawab permasalahan yang ditemukan, khususnya dalam konteks penyampaian materi *business acumen* kepada karyawan Telkom secara menarik, mudah dipahami, dan relevan.

#### 1. Konsep, Tema, dan Motion Style

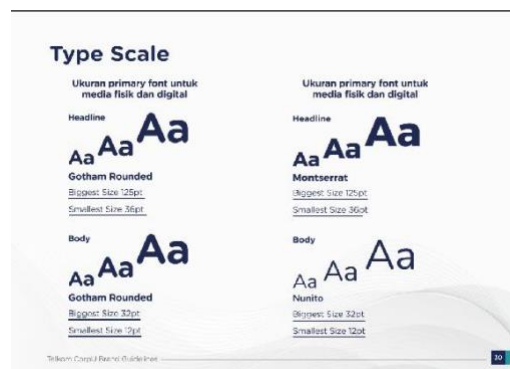
Video pembelajaran akan menggunakan *motion graphic* 2D karena mampu menyampaikan informasi secara dinamis dan menarik. Tema video bersifat edukatif, informatif, dan *engaging*, disesuaikan dengan karakteristik karyawan usia produktif. Gaya animasi akan menggabungkan animasi 2D, tipografi kinetik, dan elemen visual interaktif untuk menjaga perhatian dan mempermudah pemahaman konsep.

#### 2. Warna dan Tipografi

Dalam video akan mengikuti panduan visual Telkom, menggunakan warna utama seperti biru tua, biru kehijauan, dan abu-abu yang mencerminkan profesionalisme dan inovasi. Untuk tipografi, digunakan font Montserrat yang modern dan mudah dibaca, memastikan konsistensi visual serta mendukung keterbacaan dalam penyampaian pesan.



Gambar 2. Color Pallete (Sumber: Telkom CorpU Brand Guidelines)



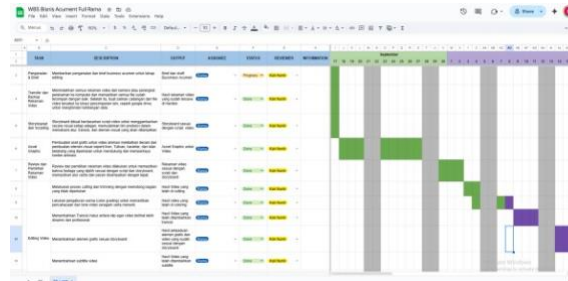
Gambar 3. Typeface (Sumber: Telkom CorpU Brand Guidelines)

## Prototype

Pada tahap ini, peneliti mulai merealisasikan konsep video pembelajaran dalam bentuk prototipe nyata. Prosesnya mencakup beberapa langkah sistematis agar hasil akhir sesuai dengan tujuan pembelajaran dan identitas Telkom.

- **Work Breakdown Structure (WBS)**

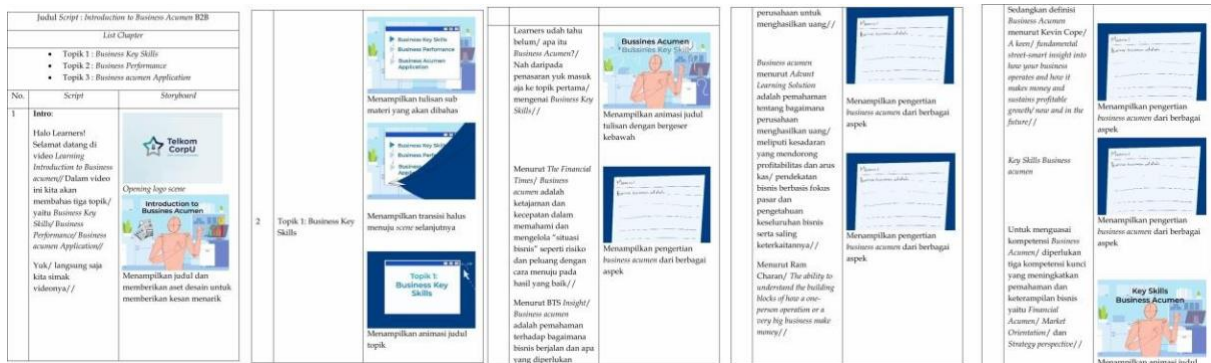
Peneliti menyusun WBS sebagai panduan awal proyek. Struktur ini membagi tugas menjadi beberapa bagian penting mulai dari perencanaan, produksi, hingga finalisasi, sehingga seluruh proses berjalan terorganisir.



Gambar 4. Struktur Proyek WBS (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Script Video dan Storyboard**

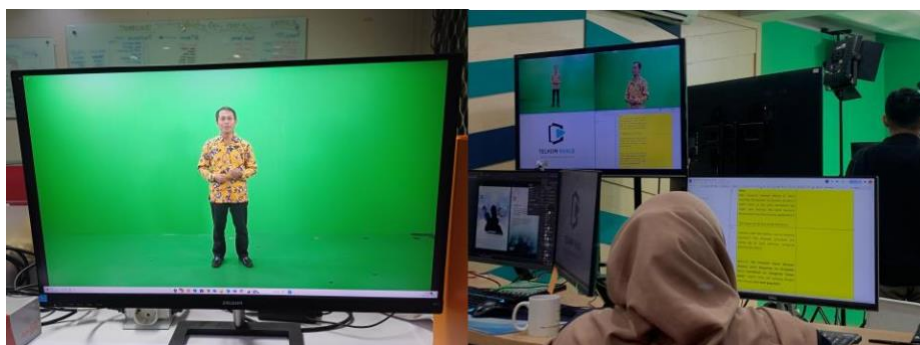
*Script* dirancang agar isi materi tersampaikan secara jelas dan komunikatif. *Storyboard* kemudian dibuat sebagai panduan visual, menggambarkan alur cerita dari awal hingga akhir dengan sketsa per scene.



Gambar 5. Script Video dan Storyboard (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Pengambilan Video**

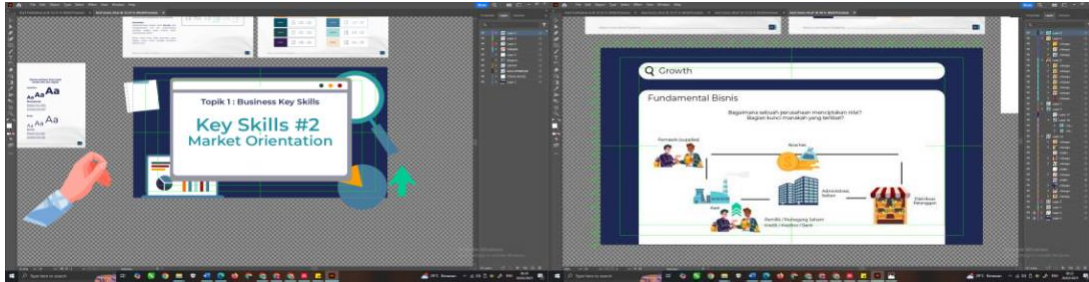
Tahap ini melibatkan perekaman narasi dari seorang ahli, sesuai dengan naskah dan storyboard. Proses ini bertujuan untuk memberikan konteks nyata dalam penjelasan materi.



Gambar 6. Pengambilan Video (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Produksi Aset Desain**

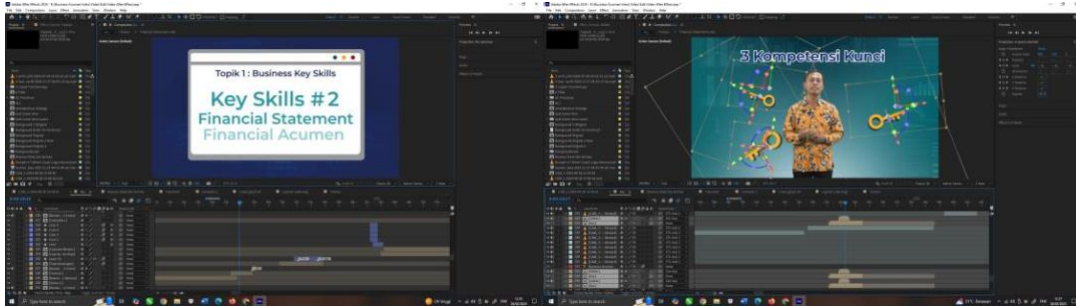
Peneliti membuat elemen grafis yang relevan, seperti ikon dan ilustrasi bisnis, dengan menggunakan Adobe Illustrator. Semua aset disesuaikan dengan kebutuhan visual video pembelajaran.



**Gambar 7.** Produksi Aset Desain (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Proses Editing dan *Animating***

Pada tahap ini, seluruh aset, narasi, dan audio digabungkan menggunakan animasi 2D. Teknik seperti *kinetic typography* dan *ease in-out* digunakan untuk menciptakan transisi yang halus dan menarik.



**Gambar 8.** Proses Editing dan *Animating* (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Proses Editing *Backsound* Audio**

*Backsound* dipilih dengan nuansa *corporate* dan semangat, dilengkapi efek audio yang selaras dengan animasi. Elemen ini menambah daya tarik dan kenyamanan menonton.



**Gambar 9.** Proses Editing *Backsound* Audio (Sumber: Ramadhan, 2025)

- **Hasil Editing Video**

Setelah proses editing selesai, dilakukan pratinjau dan encoding ke format digital. Berikut adalah beberapa cuplikan dari video pembelajaran.



**Gambar 10.** Hasil Editing Video (Sumber: Ramadhan, 2025)



**Gambar 11.** Hasil Editing Video (Sumber: Ramadhan, 2025)

Setelah proses produksi selesai, video pembelajaran diuji validitasnya untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan telah memenuhi standar kualitas dan tujuan pembelajaran.

**Tabel 4.** Skor Skala Likert Kategori Kelayakan

| Presentase | Kriteria      |
|------------|---------------|
| 0-25%      | Sangat Kurang |
| 26-50%     | Kurang        |
| 51-75%     | Baik          |
| 76-100%    | Sangat Baik   |

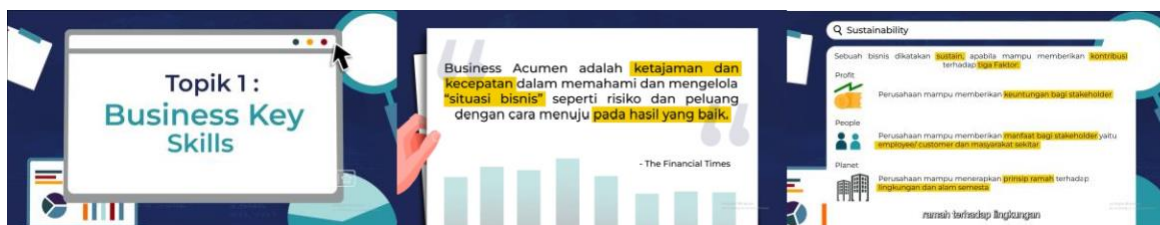
Validator pertama adalah Yusuf Hendriarto, Mgr *Learning Development General Affair* yang memiliki keahlian dalam modul *Business Acumen*. Berdasarkan hasil penilaian, video mendapatkan skor 93,7% dan masuk dalam kategori Sangat Baik.

Validator kedua adalah Nunik Nurachmi, seorang *Learning Development Officer* berpengalaman dalam media pembelajaran berbasis *motion graphic*. Hasil penilaiannya menunjukkan skor 81,2%, juga dalam kategori Sangat Baik.

Menindaklanjuti masukan dari validator, video kemudian direvisi dengan memperbaiki latar belakang visual, menambahkan aset grafis sesuai konteks, serta melakukan koreksi pada *subtitle*. Revisi ini bertujuan agar materi lebih mudah dipahami dan visual lebih mendukung penyampaian pesan.



**Gambar 12.** Hasil Revisi Video (Sumber: Ramadhan, 2025)



**Gambar 12.** Hasil Revisi Video (Sumber: Ramadhan, 2025)



**Gambar 12.** Hasil Revisi Video (Sumber: Ramadhan, 2025)

### Testing

Tahap testing merupakan langkah akhir dalam proses desain, di mana video *motion graphic* yang telah divalidasi diuji coba secara langsung kepada target audiens. Tujuannya adalah mengevaluasi sejauh mana media pembelajaran ini efektif dalam meningkatkan pemahaman karyawan Telkom terhadap materi *Business Acumen*.

Sebanyak 19 responden dilibatkan dalam pengujian, dengan metode pre-test dan post-test. Skor dari kedua tes ini kemudian dihitung menggunakan rumus N-Gain untuk melihat peningkatan pemahaman setelah menonton video.

**Tabel 5.** Penghitungan N-Gain Score

| Peserta    | Pre-test | Post-test | Posttest - Pretest | Skor Ideal – Prettest | N-Gain Score | N-Gain Score (%) |
|------------|----------|-----------|--------------------|-----------------------|--------------|------------------|
| 1          | 60       | 100       | 40                 | 40                    | 1            | 100              |
| 2          | 60       | 80        | 20                 | 40                    | 0,5          | 50               |
| 3          | 40       | 90        | 50                 | 60                    | 0,8          | 83               |
| 4          | 20       | 100       | 80                 | 80                    | 1            | 100              |
| 5          | 0        | 60        | 60                 | 100                   | 0,6          | 60               |
| 6          | 20       | 80        | 60                 | 80                    | 0,8          | 75               |
| 7          | 40       | 70        | 30                 | 60                    | 0,5          | 50               |
| 8          | 40       | 80        | 40                 | 60                    | 0,7          | 67               |
| 9          | 40       | 70        | 30                 | 60                    | 0,5          | 50               |
| 10         | 40       | 70        | 30                 | 60                    | 0,5          | 50               |
| 11         | 0        | 70        | 70                 | 100                   | 0,7          | 70               |
| 12         | 20       | 70        | 50                 | 80                    | 0,6          | 63               |
| 13         | 40       | 70        | 30                 | 60                    | 0,5          | 50               |
| 14         | 20       | 70        | 50                 | 80                    | 0,6          | 63               |
| 15         | 60       | 80        | 20                 | 40                    | 0,5          | 50               |
| 16         | 20       | 70        | 50                 | 80                    | 0,6          | 63               |
| 17         | 60       | 80        | 20                 | 40                    | 0,5          | 50               |
| 18         | 40       | 70        | 30                 | 60                    | 0,5          | 50               |
| 19         | 60       | 60        | 0                  | 40                    | 0,0          | 0                |
| Rata -Rata |          |           |                    |                       | 0,6          | 60               |

Penilaian efektivitas mengacu pada kategori dari Hake (1998), di mana rata-rata nilai N-Gain peserta mencapai 0,6, atau setara dengan 60%, yang termasuk dalam kategori sedang. Berdasarkan acuan Sukarelawa et al. (2024), video ini berada pada tingkat cukup efektif sebagai media pembelajaran.

Meskipun sebagian besar peserta mengalami peningkatan yang signifikan, terlihat bahwa terdapat beberapa peserta dengan hasil yang kurang maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa video ini sudah cukup berhasil, namun tetap memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut.



**Gambar 13.** QR Code Hasil Akhir (Sumber: Ramadhan, 2025)

## SIMPULAN DAN SARAN

Video pembelajaran berbasis *motion graphic* tentang *Business Acumen* terbukti cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman pegawai Telkom, dengan rata-rata n-gain score sebesar 0,6 atau 60%. Pendekatan *design thinking* membantu merancang media yang relevan dan menarik, serta mendapat respon positif dari peserta.

Telkom disarankan untuk terus mengembangkan media pembelajaran visual seperti *motion graphic* untuk materi lainnya. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi media alternatif, melakukan uji jangka panjang, serta membandingkan metode digital dengan konvensional untuk hasil yang lebih optimal.

## REFERENSI

- Achmad, M., & Etikariena, A. (2024). Inovasi Pada Sektor Pemerintahan: Peran Business Acumen Dan Dukungan Organisasi Sebagai Moderator. *Psyche 165 Journal*, 360–368. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v17i4.455>
- Arifin, S. (2023, May 10). *Apa Itu Motion Graphic? Kegunaan dan Pentingnya Skills Motion Graphic*. Gamelab.Id. <https://www.gamelab.id/news/2426-apa-itu-motion-graphic-kegunaan-dan-pentingnya-skills-motion-graphic>
- Fajrin Fitri Nur. (2023). *ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL POSTER AKUN INSTAGRAM @SOHIB.QURAN* [IAIN Kendari.]. <https://digitallib.iainkendari.ac.id/id/eprint/2597/>
- Firdausiah Salsabila. (2022). *PERANCANGAN MOTION GRAPHIC “YUK! KENALI PUBERTAS” BAGI REMAJA DI KAMPUNG KB GUGUNUNGAN KAB. BANDUNG*. Universitas Pasundan.
- Fitri, F., & Ardipal, A. (2021). Pengembangan Video Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Kinemaster pada Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 6330–6338. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1387>
- Hake, R. R. (1998). Interactive-engagement versus traditional methods: A six-thousand-student survey of mechanics test data for introductory physics courses. *American Journal of Physics*, 66(1), 64–74. <https://doi.org/10.1119/1.18809>

- Haris, A., & Putra, M. Y. (2020). Animasi Interaktif Pengenalan Anggota Tubuh Menggunakan Bahasa Arab Pada SD-IT Roudhotul Jannah Bekasi. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 4(2), 145–154.
- Harun, S. W. , & K. T. C. (2024). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC 3D SEBAGAI VIDEO PROMOSI PRODUK ES KRIM ADA APA DENGAN KOPI. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*.
- Huberman, A. M. , & Miles, M. B. (1983). *Drawing Valid Meaning from Qualitative Data: Some Techniques of Data Reduction and Display*.
- Kelley, D. , & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking*.
- Saddam Akbar, J. (2023). *PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN ERA DIGITAL*.  
<https://www.researchgate.net/publication/376271021>
- Silahuddin, A. (2022). *PENGENALAN KLASIFIKASI, KARAKTERISTIK, DAN FUNGSI MEDIA PEMBELAJARAN MA AL-HUDA KARANG MELATI*.
- Sukarelawa, M. I., Pd, M., Toni, K., Indratno, M., Pd, S., Suci, M., Ayu, S., & Km, M. P. H. (2024). *N-Gain vs Stacking*.