

ANIMASI MOTION GRAPHICS PENGENALAN BASIC SKINCARE

Kalfin Helvandu, Ferry Putrawansyah, Nanda S Prawira, Yadi, Fitria Rahmadayanti

Teknik Informatika, Institut Teknologi Pagar Alam

Jl. Masik Siagim No. 75 Simpang Mbacang, Kec. Dempo Tengah Kota Pagar Alam

Zhaolinwang09@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi yang lebih efektif, khususnya bagi remaja. Salah satu media yang berkembang adalah animasi motion graphics yang mampu menyajikan informasi secara visual, menarik, dan mudah dipahami. Di sisi lain, rendahnya pemahaman remaja mengenai *basic skincare* sering menyebabkan kesalahan dalam memilih dan menggunakan produk perawatan kulit. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang dapat meningkatkan literasi *skincare* di kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media edukasi berupa video animasi *motion graphics* pengenalan *basic skincare*. Metode penelitian yang digunakan adalah model pengembangan ADDIE yang meliputi tahap analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, studi literatur, serta kuesioner yang melibatkan responden dan uji ahli (*expert review*). Hasil validasi menunjukkan bahwa media memperoleh tingkat kelayakan sebesar 100% dari ahli materi, 100% dari ahli media, dan 80% dari ahli bahasa, sehingga termasuk dalam kategori sangat layak. Pengujian kepada 30 responden melalui *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dengan nilai rata-rata *N-Gain* sebesar 0,87 yang berada pada kategori tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media animasi *motion graphics* yang dikembangkan efektif dalam meningkatkan pemahaman remaja mengenai *basic skincare*.

Kata kunci : Motion Graphics, ADDIE, Skincare, Animasi, Remaja

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat membuat segala sesuatu menjadi jauh lebih mudah serta praktis, saat ini pendidikan sangat merasakan kebutuhan terhadap pentingnya menyampaikan materi dengan media teknologi, salah satu bentuk perkembangan teknologi yang cukup pesat adalah media animasi digital[1].

Media animasi atau video animasi kini tidak hanya digunakan untuk hiburan semata, tetapi juga telah menjadi sarana edukasi yang efektif, karena animasi mampu menyajikan konsep yang kompleks secara visual dan menarik sehingga memudahkan proses pemahaman atau secara umum di kenal dengan video animasi berbasis *motion graphics* [2]

Motion graphics adalah istilah yang terdiri dari dua kata yakni *motion* yang berarti gerak atau bergerak, dan *graphics* yang juga dikenal dengan istilah grafis. Dari asal muasal pengertian dua kata tersebut, bisa dikatakan bahwa *Motion Graphics*, juga dapat disebut dengan dengan istilah grafis gerak[3].

Sosialisasi menggunakan media video juga telah menjadi metode komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Keunggulan video terletak pada kemampuannya menggabungkan unsur visual, audio, serta narasi yang mampu menarik perhatian dan meningkatkan daya ingat audiens[4].

Hal ini menunjukkan bahwa media video animasi memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai alat edukasi di berbagai bidang, termasuk dalam bidang kesehatan kulit atau *skincare*.

Skincare diartikan sebagai serangkaian kegiatan dan produk yang digunakan untuk menjaga kulit tetap

sehat dan menarik untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit yang nantinya akan memberikan efek jangka panjang[5].

Setelah melalui kajian diatas maka dilakukan penelitian kepada *Gen-z* secara *random* dengan usia 15-26 tahun yang melakukan perawatan wajah pada klinik kecantikan di kota Pagar Alam. Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan melalui wawancara dengan dr. Fatimah Zahra, M.Biomed (AAM) selaku dokter di Klinik Zahra, diperoleh informasi bahwa proses edukasi *skincare* kepada pasien selama ini dilakukan melalui sesi konsultasi langsung sebelum tindakan perawatan.

Berdasarkan hasil pengumpulan data klinik terhadap 50 pasien, dapat diketahui bahwa kondisi kulit yang paling banyak ditemukan adalah kulit kering dan kusam, disertai keluhan jerawat serta komedo, meskipun terdapat pula pasien dengan tipe kulit kombinasi dan normal. Pada rentang usia 19–22 tahun, sebagian besar pasien menunjukkan permasalahan kulit kering, kusam, dan jerawat, yang mengindikasikan masih rendahnya pemahaman mengenai perawatan kulit dasar sejak usia remaja. Selanjutnya, pada kelompok usia 23–26 tahun, permasalahan kulit cenderung berlanjut dengan munculnya jerawat dan komedo yang bersifat lebih menetap, yang diduga sebagai akibat dari pemilihan produk serta tahapan perawatan kulit yang kurang sesuai.

Temuan ini menunjukkan bahwa bertambahnya usia tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan pengetahuan terkait *skincare*. Oleh karena itu, data klinik tersebut menegaskan pentingnya pengembangan media edukasi yang sistematis,

menarik, dan mudah dipahami guna meningkatkan literasi *skincare*, terutama mengenai pengenalan jenis kulit, tahapan perawatan dasar, serta pemilihan produk yang tepat

Penelitian sebelumnya penggunaan video infografis berbasis *Motion graphics* untuk mengedukasi remaja mengenai konsep *zero waste* pada produk *skincare*. Hasilnya menunjukkan bahwa *Motion graphics* mampu menyederhanakan isu lingkungan dan *skincare* sehingga lebih mudah dipahami[6].

Sementara itu, studi membuktikan efektivitas video edukasi dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja mengenai keamanan produk *skincare* ber-BPOM, sehingga menegaskan pentingnya media audiovisual dalam perubahan perilaku[7].

Penelitian berikutnya memperluas pendekatan edukasi melalui pengembangan aplikasi interaktif "*Skinowledge*", yang terbukti meningkatkan pemahaman siswa terkait jenis produk *skincare* dan tahapan penggunaannya[8].

Di sisi lain menekankan urgensi edukasi *skincare* di masyarakat melalui kegiatan pengabdian berbasis penyuluhan, yang berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai keamanan penggunaan produk perawatan wajah[9].

Penelitian melengkapi temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa rendahnya pengetahuan *skincare* dan pola penggunaan yang tidak tepat masih banyak terjadi, terutama pada remaja yang dipengaruhi oleh teman sebaya dan iklan tanpa edukasi yang memadai[10].

Berdasarkan hasil lima penelitian terdahulu, ditemukan bahwa belum ada penelitian yang secara khusus mengembangkan media edukasi *basic skincare* dalam bentuk video animasi berbasis *motion graphics*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan akan pengembangan media edukasi yang lebih *modern*, mudah diakses, dan sesuai dengan karakteristik Gen-Z.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada pengembangan media edukasi *basic skincare* berupa video animasi berbasis *Motion graphics* yang secara khusus membahas pengenalan *basic skincare* secara lengkap dan terstruktur. Media ini dirancang untuk menyampaikan tahapan perawatan kulit, fungsi setiap produk, serta cara penggunaan yang benar melalui visualisasi animatif yang menarik dan mudah dipahami.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan video edukasi konvensional atau aplikasi, hasil penelitian ini dapat diakses secara publik melalui *platform* digital sehingga memiliki jangkauan audiens yang lebih luas. Integrasi antara prinsip edukasi kesehatan kulit dan desain visual *modern* berbasis *Motion graphics* menjadikan penelitian ini memiliki nilai kebaruan baik dari segi media, penyampaian konten, maupun target pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Motion graphics merupakan cabang dari jenis animasi 2D, *Motion graphic* merupakan kombinasi dari *fine art*, *photography*, *illustration*, *digital art*, *typography* dan *image* yang dibuat bergerak. *Motion graphic* itu sendiri terdiri dari 2 kata, yaitu "*motion*" dan "*graphic*" yang jika diartikan per-kata "*motion*" berarti gerak dan "*graphic*" yang berarti istilah grafis. Secara awam, *motion graphic* dapat diartikan sebagai grafis yang bergerak[11]

Motion graphic merupakan sebuah disiplin dalam desain yang menggabungkan elemen grafis dengan animasi untuk menciptakan karya visual yang dinamis dan menarik. Sejarah *motion graphic* dapat ditelusuri kembali ke awal abad ke-20, seiring dengan perkembangan teknologi film dan televisi. Pionir awal dalam bidang ini termasuk Saul Bass, yang terkenal dengan karyanya dalam membuat judul pembuka untuk film-film Hollywood pada tahun 1950-an dan 1960-an [12].

Skincare merupakan perawatan khusus untuk kulit wajah menggunakan produk tertentu. Produk *skincare* adalah produk kecantikan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dialami pada kulit, seperti mengatasi permasalahan jerawat, menghilangkan noda bekas jerawat, menyamarkan dan menghilangkan flek di wajah, memutihkan kulit, memperbaiki kulit kusam dan menunda penuaan dini. Adapun *basic skincare* tersebut adalah, *facial wash*, *sunscren*, *moizturizer*[10]

Skincare merupakan rangkaian produk yang digunakan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit. Efek instan atau langsung dari penggunaan *skincare* tidak dapat terlihat, *skincare* akan terlihat hasilnya setelah pemakaian yang rutin, tidak langsung, dan dapat dikatakan *skincare* merupakan investasi kesehatan kulit untuk masa depan[13]

3. METODE PENELITIAN

Dalam rangka pengumpulan data yang diperlukan dalam penulisan penulis menggunakan beberapa metode, diantaranya adalah metode observasi, metode wawancara dan metode studi pustaka[14]

3.1. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3.2. Wawancara

Wawancara (Interview) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara (Interview) dapat berupa wawancara personal (personal Interview), wawancara intersep

(interceptInterview), dan wawancara telepon (telephoneInterview). Wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang di berikan ke responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku, dan merekam semua respon dari yang disurvei

3.3. Studi Pustaka

Untuk melengkapi kekurangan – kekurangan data yang di butuhkan maka peneliti mengambil referensi dari buku-buku dan penelitian terdahulu yang relevan.

3.4. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dimana reponden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah di isi dengan lengkap akan dikembalikan kepada pihak peneliti

Penelitian ini menggunakan metode ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Model ini dipilih karena sistematis dan sesuai untuk pengembangan media. Pengembangan model dapat diartikan sebagai upaya memperluas kondisi atau situasi untuk secara bertahap membawanya ke keadaan yang lebih akurat, lengkap, atau lebih baik[15]

3.5. Analysis (Analisis)

Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan pengguna melalui observasi dan studi literatur terkait permasalahan kulit remaja serta rendahnya pemahaman mengenai *basic skincare*. Hasil analisis menunjukkan bahwa banyak kalangan Gen-Z belum memahami urutan penggunaan skincare yang benar, fungsi produk seperti *facial wash, moisturizer, dan sunscreen*, serta pentingnya perawatan kulit dasar.

3.6. Design

Pada langkah ini, rancangan awal media disusun, yang mencakup: Penyusunan naskah dan alur cerita membuat alur cerita untuk video edukasi dari penjelasan perawatan kulit hingga rekomendasi produk sesuai jenis kulit. Penyusunan *storyboard* membuat *storyboard* untuk setiap adegan agar alur video lebih jelas.

3.7. Development

Pada tahap ini, media dibuat mengikuti desain yang telah ditetapkan: Pembuatan aset grafis membuat karakter, ikon, elemen visual, dan latar belakang menggunakan *Photoshop, canva*.

3.8. Implementation

Pada tahap pra implementasi akan dilakukan pengujian dengan *expert review* yaitu, ahli medis, ahli animasi, dan ahli materi.

3.9. Evaluation

Evaluasi formatif dilakukan di setiap tahap pengembangan (Analisis, Perancangan, Pengembangan). Evaluasi Sumatif, dilakukan setelah pengujian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menghasilkan sebuah karya berupa animasi *Motion Graphics* Pengenalan *Basic Skincare* sebagai Media Edukasi untuk Kalangan Gen-Z. Animasi ini dirancang sebagai media pembelajaran visual yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman remaja mengenai pentingnya perawatan kulit dasar, khususnya penggunaan *facial wash, moisturizer, dan sunscreen* secara tepat dan sesuai tipe kulit.

4.1. Tampilan scene pembuka

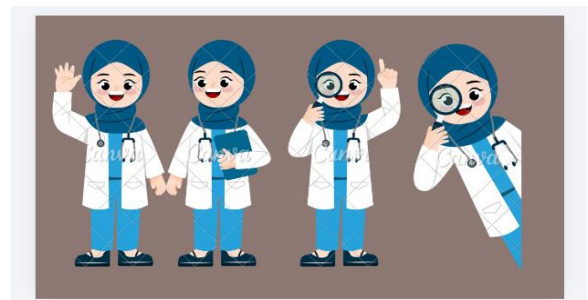
Tampilan *scene* pembuka, menampilkan *scene* dengan animasi teks atau *tipography* dengan judul Animasi *Motion Graphics* Pengenalan *Basic Skincare*.



Gambar 1. tampilan opening video

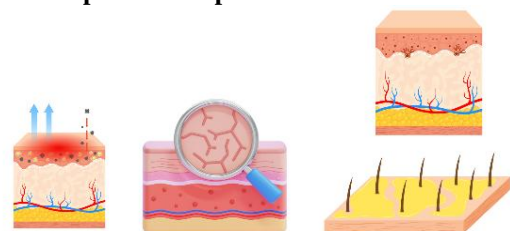
4.2. Tampilan desain karakter

Pada tahap ini menampilkan desain animasi karakter dengan karakter seorang dokter perempuan dengan suara yang lembut.



Gambar 2. tampilan animasi karakter

4.3. Tampilan aset tipe kulit



Gambar 3. tampilan aset tipe kulit

Menampilkan gambar mengenai tipe atau jenis jenis kulit wajah yang harus diketahui oleh remaja.

4.4. Tampilan Aset Skincare

Pada tahap ini menampilkan desain aset *skincare* atau produk produk *skincare* yang harus diketahui oleh remaja.



Gambar 3. tampilan aset tipe kulit

- a. Perhitungan persentase Ahli Materi :

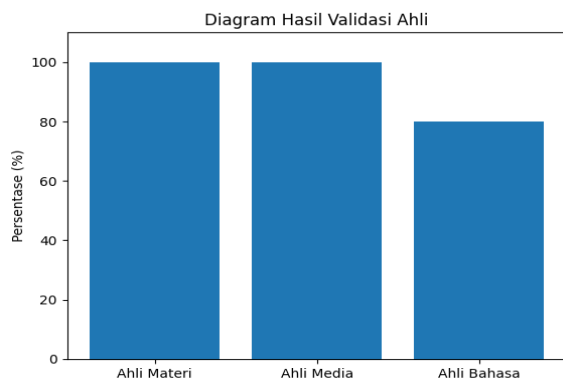
$$P = \frac{\text{skor diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%, P = \frac{25}{25} \times 100\%, P = 100\%$$

- b. Perhitungan Presentase Ahli Media

$$P = \frac{\text{skor diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%, P = \frac{25}{25} \times 100\%, P = 100\%$$

- c. Perhitungan Persentase Ahli Bahasa

$$P = \frac{\text{skor diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%, P = \frac{20}{25} \times 100\%, P = 80\%$$



Gambar 5. diagram validasi ahli

Berdasarkan hasil perhitungan pretest dan posttest terhadap 30 responden, selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode *Normalized Gain (N-Gain)* untuk mengetahui peningkatan pemahaman responden setelah menonton animasi *motion graphic* pengenalan *basic skincare*

g^- = rata-rata *N-Gain*

$\sum g_i$ = jumlah seluruh nilai *N-Gain* responden

N = jumlah responden

$$\bar{g} = \frac{\sum g_i}{N} = \bar{g} = \frac{26.12}{30} = 0.87$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata nilai *N-Gain* sebesar 0,87 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa media animasi *motion graphic* yang dikembangkan sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman responden mengenai *basic skincare*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Animasi *Motion Graphic* Pengenalan *Basic Skincare* berhasil dikembangkan sebagai media edukasi yang layak dan efektif bagi remaja. Media ini memuat materi dasar perawatan kulit seperti *facial wash*, *moisturizer*, dan *sunscreen* yang disusun secara sistematis dan komunikatif sesuai karakteristik pengguna. Hasil validasi ahli menunjukkan kategori sangat layak dan layak. Oleh karena itu, media ini dapat dimanfaatkan oleh instansi pendidikan maupun klinik sebagai alternatif edukasi yang inovatif, dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan materi yang lebih luas, meningkatkan interaktivitas, serta memperluas akses pada berbagai *platform* digital agar manfaatnya semakin optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. F. Aritonang, "Perkembangan Multimedia Digital Dan Pembelajaran Dalam Kehidupan Sehari-Hari 2024, Vol. 2, No.10 231-240," vol. 2, no. 10, pp. 231–240, 2024.
- [2] X. I. Tkj, "PENGEMBANGAN MEDIA INTERAKTIF MOTION GRAPHIC ANIMATION TERHADAP STANDAR KOMUNIKASI DATA SMK KELAS XI TKJ Adilah Azra," vol. 16, no. 1, pp. 66–74, 2024, doi: 10.26418/jvip.v14i2.52916.
- [3] Y. D. Perdani and Digital, "MOTION-GRAPHICS: PENGGUNAAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN SECARA PRAKTIS DALAM PROSES BELAJAR MENGAJAR Yella," vol. 1, pp. 86–92, 2024.
- [4] M. Arip, A. Amanda, R. Rusmini, S. Ramadhan, and P. K. Mataram, "JURNAL KEPERAWATAN TERPADU (Integrated Nursing Journal)," vol. 6, no. 1, pp. 27–37, 2024.
- [5] K. Zuhayra and R. Shazfa, "Khadeeja Zuhayra Raisa Shazfa Falisha," 2024.
- [6] P. P. Yohana Enggar .P.R, Michael Bezaleel and Program, "PERANCANGAN MEDIA EDUKASI VIDEO INFOGRAFIS TENTANG PENERAPAN ZERO WASTE PADA SKIN CARE UNTUK REMAJA Yohana," vol. 14, no. 2, pp. 77–99, 2023.
- [7] O. S. I. Draini and F. Gustianingsih, "Ensiklopedia of Journal PENGARUH PENDIDIKAN KESEHATAN MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO EDUKASI TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP MENGENAI SKINCARE BER-BPOM PADA GENERASI Z DI SMKN 6 PEKANBARU," vol. 7, no. 2, pp. 252–260, 2025.
- [8] L. Nurdianti, F. Setiawan, F. G. Kusumah, and R. Rubiyanti, "Upaya Peningkatan Pengetahuan Siswa SMK Farmasi Bina Putera Nusantara Mengenai Skincare Melalui Aplikasi

- Skinowledge,” *Nuansa Akad. J. Pembang. Masy.*, vol. 9, no. 2, pp. 361–370, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/nuansaakademik/article/view/2484>
- [9] A. Khurin'in, A. F. Arifa, F. S. Budi, F. Khoiriyah, P. R. Utami, and T. J. Rosadi, “Edukasi Penggunaan Skincare, Kosmetik Dan Obat Topikal Yang Aman Digunakan Pada Kulit Wajah,” *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 9, no. 3, p. 3213, 2025, doi: 10.31764/jmm.v9i3.31688.
- [10] N. Berliana, “104 Kebiasaan Pemakaian Skin Care Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang,” *E-Jurnal*, vol. 11, no. 1, pp. 123–130, 2022.
- [11] M. D. Nastiti, Mustaziri, and A. N. Tompunu, “Animasi 2D (Motion Graphic) Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Etika Profesi,” *J. EL Sains*, vol. 3, no. 1, pp. 37–42, 2021.
- [12] D. C. dan F. E. Makawi, “Motion graphic,” 2024.
- [13] M. S. Ummah, *Pesona Skincare & Karamunting*, vol. 11, no. 1. 2019.
- [14] J. Khatib and S. Dalam, “Indonesian Journal of Computer Science,” vol. 12, no. 1, pp. 553–561, 2023.
- [15] A. Info, “Multimedia Pembelajaran Sistem Pernafasan Pada Manusia Di Sekolah Dasar Negeri 09 Kota Pagar Alam Menggunakan Adobe Animate,” pp. 74–81, 2023.