



Analisis Motion Graphic untuk Pemasaran sebagai Fenomena Sosial Baru; Studi Kasus Event Eraspac 2023

Din Eri Pratama^{1*}, Bagas Wahyu Pratama², Oky Oxygentri³, Ema⁴

1) Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

2,3,4) Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

*E-mail: dineripratama@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas peran *Motion graphic* dalam strategi pemasaran digital, terutama di Instagram, dengan studi kasus *event* Eraspacetival. Penggunaan *Motion graphic* terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan visibilitas merek, yang berdampak positif pada peningkatan penjualan dan loyalitas merek. Melalui metode kualitatif deskriptif dan pendekatan multimodalitas dari Kress dan van Leeuwen, serta lima unsur semiotik dari Anstey dan Bull (linguistik, visual, audio, gestural, dan spasial), penelitian ini mengidentifikasi bagaimana unsur-unsur tersebut bekerja secara sinergis dalam konten *Motion Eraspacetival*. Hasilnya menunjukkan bahwa elemen linguistik persuasif memperkuat pesan, visual interaktif menarik keterlibatan audiens, dan efek suara serta musik yang ceria meningkatkan interaksi. Unsur gestural dan spasial memandu audiens dalam memahami alur informasi, sehingga konten *Motion* ini berhasil menciptakan interaksi yang signifikan, dibuktikan dengan meningkatnya likes dan komentar dari audiens.

Kata Kunci: *Motion Graphic*, Komunikasi Pemasaran, Multimodal, Eraspacetival.

Abstract

This research discusses the role of Motion graphics in digital marketing strategies, especially on Instagram, with a case study of the Eraspacetival event. The use of Motion graphics proved effective in attracting audience attention and increasing brand visibility, which had a positive impact on increasing sales and brand loyalty. Through descriptive qualitative methods and Kress and van Leeuwen's multimodality approach, as well as Anstey and Bull's five semiotic elements (linguistic, visual, audio, gestural and spatial), this study identifies how these elements work synergistically in Eraspacetival's Motion content. The results show that persuasive linguistic elements reinforce the message, interactive visuals draw audience engagement, and upbeat sound effects and music enhance interaction. The gestural and spatial elements guide the audience in understanding the flow of information, so the Motion content succeeds in creating significant interaction, evidenced by the increase in likes and comments from the audience.

Keywords: *Motion Graphic*, Marketing Communication, Multimodal, Eraspacetival.

Cara citasi : Pratama, Din Eri. Pratama, Bagas Wahyu. Oxygentri, Oky. Ema. (2025). Analisis Motion Graphic untuk Pemasaran sebagai Fenomena Sosial Baru; Studi Kasus Event Eraspac 2023. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP) Vol 6 No 1 Maret 2025*, 97-110.

DOI: <https://doi.org/10.30596/jisp.v6i1.21475>

Naskah diterima : 14-10-2024

Revisi akhir : 04-03-2025

Disetujui : 05-03-2025



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang signifikan telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal pemasaran produk. Dalam penggunaan teknologi pada pemasaran produk ini, perlu diperhatikan bagaimana teknologi tersebut dapat diterapkan dengan efektif dan efisien. Saat ini, media informasi dan komunikasi menjadi sarana yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan pemasaran produk.

Salah satu strategi yang semakin populer dalam pemasaran produk adalah pembuatan konten, terutama dalam bentuk *Motion graphic*. Dengan menggunakan *Motion graphic*, perusahaan dapat membuat konten yang atraktif untuk memperkenalkan produk mereka kepada khalayak. Penggunaan *Motion graphic* dalam pemasaran produk memberikan keuntungan tersendiri karena konten yang bergerak cenderung lebih menarik perhatian daripada konten statis. Gerakan dan efek visual yang dihasilkan oleh *Motion graphic* dapat membantu menarik perhatian khalayak dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan tentang produk. Salah satu hal utama dalam memperkenalkan produk-produknya adalah melalui komunikasi yang dapat dikemas dalam bentuk konten yang diunggah ke dalam media sosial (Olvah et al., 2024). Hal ini dapat membantu perusahaan untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan menciptakan kesan yang lebih kuat pada khalayak.

Selain itu, media sosial menjadi *platform* yang sangat penting dalam mendistribusikan konten *Motion graphics* ini. Media sosial juga berfungsi sebagai alat yang efektif dalam membentuk dan memengaruhi pandangan masyarakat, serta memberikan platform untuk menyampaikan beragam pendapat dan sudut pandang. Dikutip dari hasil survei *Digital Reports* melalui media *We Are Social* (Hai-Jew, 2023), menunjukkan pengguna aktif dalam bermedia sosial di Indonesia mencapai 185,3 juta orang, yang artinya jumlah tersebut setara dengan 66,5% dari populasi masyarakat Indonesia (Fauziah et al., 2024). Hal ini menunjukkan sejauh mana media sosial memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, terutama mengubah pola komunikasi, pemasaran produk, gaya hidup, dan persepsi masyarakat terhadap berbagai isu yang sedang berkembang.

Menurut data dari lembaga survei *We Are Social* pada Januari 2024 bahwa *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* merupakan *platform* media sosial yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia, ditambah 1 (satu) orang tidak hanya menggunakan 1 (satu) jenis

media sosial saja sehingga jika di persentase-kan peta penyebaran penggunaan media sosial dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Peta Persentase Penyebaran Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024 berdasarkan Platform

No	Platform	Pengguna (Estimasi)	Persentase (%)
1	WhatsApp	+168,4 Juta	90,9%
2	Instagram	+158,06 Juta	85,3%
3	Facebook	+123,2 Juta	66,5%

Sumber: Hasil Analisis Peneliti (2024)

Pertumbuhan angka pengguna menunjukkan bahwa Instagram berhasil membangun daya tarik yang kuat di kalangan masyarakat. Maka dari itu Instagram menjadi pilihan utama sebagai platform media sosial karena lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan sehingga dapat menciptakan lingkungan yang dinamis dan terhubung secara global (Dimas Ongko Wijoyo, 2023).

Instagram memberikan pengguna dalam menggunakan ruang untuk berkomunikasi, berbagi momen, dan membentuk opini dengan cara yang visual dan menarik. Hal itu menciptakan kesempatan untuk lebih mendalami tentang peran terhadap fitur-fitur khas dari Instagram dalam dinamika interaksi dalam ranah digital. Dengan popularitasnya yang tinggi, Instagram bukan hanya sekadar platform untuk berbagi momen, tetapi juga berfungsi sebagai wadah untuk menampilkan karya-karya, termasuk konten visual terkait produk dan merek, seperti yang dilakukan oleh akun *@eraspaceid* yang memuat konten visual terkait produk elektronik, menunjukkan bagaimana brand memanfaatkan potensi Instagram dalam berkomunikasi dengan pengikutnya. Selain itu, strategi konten yang konsisten juga menjadi landasan bagi keberhasilan *event* khusus seperti *Eraspacetival*.

Eraspacetival adalah sebuah festival gadget online yang diadakan sebagai salah satu event di Instagram *Eraspace*. Dalam festival ini, pengguna dapat mengakses berbagai aktivitas seperti lelang *gadget*, *clearance sale*, *flash sale*, dan tukar tambah *smartphone*. *Eraspacetival* menyajikan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman bagi pengguna. Selain itu, festival ini juga menjadi wadah untuk berbagi pengetahuan terkini seputar gadget dan ekosistem teknologi lainnya. Dengan adanya *Eraspacetival* sebagai *event online* di *eraspace*, pengguna dapat menikmati berbagai penawaran menarik serta menjelajahi ragam produk *gadget* terbaru dengan kemudahan akses melalui *platform* digital.

Dengan menganalisis data interaksi pengguna seperti jumlah tayangan, *likes*, komentar, dan pembagian, dapat dievaluasi seberapa efektif konten *Motion* pada *event* Eraspacetival 2023. Penelitian oleh Rudjiono et al. (2024) menunjukkan bahwa daya tarik visual yang emosional dan informatif dari unggahan Instagram dapat membangun keterlibatan pelanggan melalui *likes*, komentar, dan pembagian. Ini menegaskan bahwa pengembangan konten visual yang menarik bukan hanya opsi, tetapi menjadi keharusan untuk mengoptimalkan interaksi pelanggan dan memperkuat kehadiran di *platform* digital (Machin & Mayr, 2023). Konten Eraspacetival tidak hanya berhasil menjangkau audiens dalam jumlah besar, tetapi juga menghasilkan interaksi positif dari pengguna Instagram. Dengan narasi visual, fitur interaktif, dan komposisi yang menarik, terbukti bahwa keterlibatan pengguna dapat meningkat (Fauzi, 2024).

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting terhadap literatur analisis multimodalitas dengan fokus pada konten *Motion*, menawarkan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana elemen-elemen multimodal seperti audio, visual, spatial, dan gestural bekerja sama untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna. Studi oleh Kress & Van Leeuwen (2001) dalam Zhu (2021) serta model oleh Anstey & Bull (2020) menunjukkan bahwa unsur-unsur multimodal dalam konten *Motion* bekerja secara sinergis untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan interaktif bagi pengguna. Ditambah, penggunaan *motion graphic* merupakan hal baru dalam pemasaran digital yang menjelma menjadi sebuah fenomena sosial baru.

Penelitian ini juga menemukan bahwa fitur interaktif dan komposisi visual dalam konten *Motion* dapat meningkatkan ketertarikan perhatian pengguna Instagram, mempertahankan perhatian pengguna lebih lama dan mendorong perhatian lebih tinggi dibandingkan dengan video objek orang langsung, yang seringkali kurang dinamis dan menarik. Data dari Eraspacetival 2023 menunjukkan bahwa konten *Motion* yang dioptimalkan untuk *event* tersebut berhasil meningkatkan antusiasme dan partisipasi pengguna secara signifikan, yang memperkuat relevansi adaptasi strategi konten untuk *event-event* khusus dalam mencapai hasil yang positif di masa mendatang.

Hal ini sejalan dengan pendekatan yang digunakan pada penelitian ini, di mana penelitian menggunakan bentuk tayangan audiovisual yang diunggah melalui media sosial Instagram sebagai platformnya. Penyampaian pesan dalam konten menggunakan komponen bahasa verbal dan sarana visual lainnya. Sebagai langkah penting dalam menganalisis konten Eraspacetival 2023 guna memahami maksud, tujuan, dan pesan yang

tersampaikan serta meningkatkan interaksi dengan khalayak, diperlukan pendekatan dengan menggunakan analisis multimodal. Pendekatan ini akan menggambarkan setiap jenis multimodal yang terdapat dalam konten video *Motion* dan bagaimana unsur-unsur dalam multimodal tersebut mampu membangkitkan respons dari khalayak. Maka dari itu kerangka teori yang dibahas pada penelitian ini adalah Multimodalitas. Jenis multimodal dalam konten Eraspace 2023 dilakukan terhadap unsur-unsur yang mencakup empat aspek, yaitu: visual, audio, spatial, gestural, dan linguistic (Anstey & Bull, 2020). Multimodalitas dipilih sebagai metode analisis data karena kemampuannya yang cocok dalam menyelesaikan masalah audio, visual, spatial dan gestural yang terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, terlihat bahwa penelitian sebelumnya lebih fokus pada analisis konten berupa foto dan animasi. Namun, penelitian konten Eraspace 2023 ini menonjolkan analisis terhadap konten berupa video *Motion*. Hal ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam implementasi analisis multimodalitas karena memungkinkan pengungkapan lebih mendalam tentang bagaimana unsur-unsur multimodal saling terkait dalam konten tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana konten video *Motion* di *platform* Instagram dapat membangun interaksi dengan khalayaknya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut penjelasan Pratama & Apriani (2023) untuk mempelajari masalah ini, penelitian kualitatif mengumpulkan data pada latar yang alamiah dan peka terhadap sesuatu yang diteliti dan analisa data yang bersifat induktif, di mana peneliti sebagai instrument kunci, memiliki keanekaan sumber data yang dapat dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dapat diselidiki secara interpretatif (S et al., 2024). Penelitian yang pada dasarnya menagadopsi penelitian kualitatif dengan prinsip secara deskripsi untuk mengeksplorasi unsur multimodal yang terdapat dalam unggahan Instagram, termasuk teks, gambar, audio, warna, gerakan, dan tata letak dengan tujuan untuk menangkap keseluruhan makna dan pesan yang disampaikan oleh pembuat konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan linguistik ini unsur verbal yang terdapat dalam konten Motion Eraspacetival 2023 dan caption dapat diperoleh dari teks tulisan. Bahasa tulisan atau teks tulisan muncul setiap detiknya dalam konten tersebut dan juga dapat dilihat dari masing-masing caption konten tersebut. Untuk memahami makna yang terkandung dalam kalimat yang muncul pada unsur linguistik, peneliti menggunakan analisis metafungsi bahasa Halliday. Analisis ini menitikberatkan pada fungsi eksperiensial yang merupakan bagian dari makna ideasional.

Tabel 2. Unsur Linguistik Konten Motion Eraspacetival 2023

Unsur Linguistik yang muncul secara visual (bahasa tulisan)	Unsur Linguistik yang terdapat dalam caption
Daftar member MyEraspace	Special for new MyEraspace member
Dapatkan Handphone	
Special untuk member baru	Coming Soon
Coming Soon	
Eraspacetival End Of Year Sale	#Eraspace #Eraspacetival #ExtraordinaryExperience

Sumber: Hasil Analisis Penelitian dari Instagram @eraspaceid (2024)

Penggunaan kata "Daftar" menggambarkan tindakan pendaftaran yang melibatkan partisipasi seseorang. Dimas, selaku pengembang strategi media sosial dan pengelola konten di Instagram, menyatakan pentingnya teks dan caption yang digunakan dalam konten untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Menurutnya, penggunaan caption yang persuasif dan selaras dengan konten visual dapat menarik perhatian followers dan meningkatkan interaksi pada postingan. Selain itu, kata "Member" merujuk pada partisipan dari tindakan pendaftaran, sementara "MyEraspace" merupakan entitas atau grup yang menjadi bagian dari interaksi tersebut.

Kalimat "Dapatkan Handphone" termasuk dalam proses material yang mengajak seseorang untuk melakukan tindakan mendapatkan sebuah *handphone*. Iska, salah satu pengikut Instagram Eraspacetival, menjelaskan bahwa kalimat-kalimat dalam konten Motion Eraspacetival mengundang audiens untuk berpartisipasi dalam event tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ajakan yang disampaikan dalam konten tersebut mampu menarik perhatian audiens untuk terlibat secara langsung. Dalam hal ini, "Handphone" berfungsi sebagai objek dari tindakan "Dapatkan", sementara unsur linguistik lainnya hadir dalam bentuk visual smartphone yang ditampilkan.

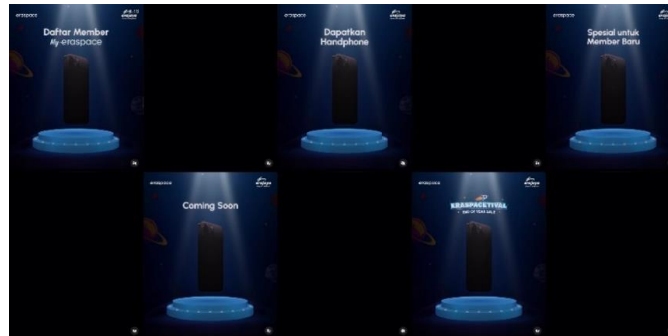
Kalimat "Special untuk member baru" menunjukkan proses relasional atribusi, di mana kata "Special" memberikan atribut khusus kepada "member baru", menunjukkan

adanya penawaran istimewa bagi audiens media sosial. Selain itu, kalimat "*Coming Soon*" menyatakan proses eksistensial yang mengindikasikan suatu kejadian yang akan datang, di mana kata "*Coming*" mengacu pada aksi di masa depan dan "*Soon*" memberi keterangan waktu tentang kapan peristiwa tersebut akan terjadi. Unsur linguistik ini hadir secara visual dalam konten, mendukung pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Kalimat "*Eraspacetival End Of Year Sale*" termasuk dalam proses relasional atribusi, di mana "*Eraspacetival*" diberikan atribut "*End Of Year Sale*" yang menggambarkan bahwa penjualan berlangsung pada akhir tahun. Atribut ini mengindikasikan bahwa acara tersebut bertujuan untuk menawarkan penjualan di akhir tahun, dan unsur linguistik yang muncul sebagai tampilan visual adalah logo *Eraspacetival*. Menurut Iska, penggunaan kombinasi bahasa Inggris dan Indonesia dalam konten ini menciptakan gaya bahasa yang dekat dengan keseharian audiens, membuatnya lebih mudah diterima.

Kalimat "*Special for new MyEraspace member*" pada caption konten teaser *Eraspacetival 2023* menegaskan penawaran spesial bagi anggota baru. Unsur linguistik dalam kalimat ini digunakan untuk memperkuat pesan visual, di mana kata "*Special*" berfungsi sebagai atribusi terhadap "*new MyEraspace member*", yang menjadi target utama dari konten tersebut. Tagar seperti *#Eraspacetival*, *#ExtraordinaryExperience*, dan lainnya berperan penting dalam identifikasi dan atribusi konten, mempermudah audiens menemukan informasi yang relevan dan memperluas jangkauan konten.

Dari analisis unsur linguistik pada konten *Motion teaser* yang telah dilakukan, terlihat bahwa penggunaan gaya bahasa yang menarik mampu meningkatkan daya tarik dan pemahaman khalayak terhadap pesan yang disampaikan. *Eraspacetival* sebagai festival *gadget online* yang diadakan di *Instagram* *Eraspace* yang dapat menarik banyak perhatian khalayak dengan narasi yang digunakan dalam konten ini mampu menyampaikan pesan dengan jelas karena kalimat yang dipakai adalah kalimat yang persuasif, sehingga membuat khalayak merasa terlibat dan tertarik dengan konten tersebut. Studi oleh Kress & Van Leeuwen (2001) dalam Zhu (2021) serta model oleh Anstey & Bull (2020) telah terbukti sesuai pada penelitian dari unsur linguistik penelitian ini.



Gambar 1. Urutan Scene Konten Teaser Eraspace 2023
Sumber: Hasil Analisis Penelitian dari Instagram @eraspaceid (2024)

Dilihat dari unsur visualnya, konten *teaser* Eraspace 2023 ini berlatar belakang di ruang angkasa dan terdapat sebuah panggung berwarna biru yang terletak di atas planet dan terdapat sebuah gawai berada di atas panggung dengan pencahayaan sorot yang dramatis. Pada konten ini, produk utama yang menjadi fokus dalam konten ini adalah sebuah gawai yang terletak di tengah panggung dengan menciptakan kesan eksklusif dan modern.

Pada unsur linguistik dalam visual konten disebutkan “Daftar *Member MyEraspace*” yang kemudian pada gambar menampilkan sebuah *smartphone* yang melayang di atas sebuah panggung berwarna biru dengan diberi efek sorot lampu di atasnya. Dalam konten *teaser* ini menunjukkan gambar tersebut mengajak penonton untuk mendaftar menjadi member MyEraspace untuk mendapatkan penawaran menarik. Terdapat juga visual yang ditampilkan secara berulang adalah sebuah “*pause scene*” yang divisualisasikan dengan layar hitam yang menandakan adanya jeda dalam perubahan adegan. Dalam hal ini, “*pause scene*” berfungsi untuk membuat efek dramatis, memberi penonton waktu untuk mencerna informasi sebelumnya dan sebagai tanda akan ada sesuatu yang penting terjadi selanjutnya.

Scene berikutnya yang ditampilkan secara visual konten disebutkan “Dapatkan Handphone” dan pada gambar menampilkan sebuah *smartphone* yang melayang di atas sebuah panggung berwarna biru dengan diberi efek sorot lampu di atasnya. Dalam konten *teaser* ini yang melanjutkan dari *scene* sebelumnya yang menunjukkan gambar tersebut untuk mendapatkan handphone melalui penawaran dari mendaftar sebagai member MyEraspace.

Scene berikutnya yang ditampilkan secara visual konten disebutkan “Spesial untuk *Member Baru*” dan pada gambar menampilkan sebuah *smartphone* yang melayang di atas sebuah panggung berwarna biru dengan diberi efek sorot lampu di atasnya. Dalam konten *teaser* ini yang melanjutkan dari *scene* sebelumnya yang menunjukkan gambar tersebut

khusus untuk member yang baru mendaftar sebagai member MyEraspace mendapatkan handphone melalui penawaran sebagai “*new member*”.

Scene berikut nya yang ditampilkan secara visual konten disebutkan “*Coming Soon*” dan pada gambar menampilkan sebuah *smartphone* yang melayang di atas sebuah panggung berwarna biru dengan diberi efek sorot lampu di atas nya. Dalam konten *teaser* ini yang melanjutkan *scene* sebelumnya yang menunjukkan gambar tersebut bahwa akan hadir *event* Eraspacetival *End Of Year Sale* dengan penawaran *iPhone 14 Pro* yang dikhususkan untuk member yang baru mendaftar sebagai member MyEraspace.

Scene berikut nya yang ditampilkan secara visual konten “logo” dari Eraspacetival *End Of Year Sale* dan pada gambar menampilkan sebuah *smartphone* yang melayang di atas sebuah panggung berwarna biru dengan diberi efek sorot lampu di atas nya. Dalam konten *teaser* ini yang melanjutkan dari *scene* sebelumnya yang menunjukkan gambar tersebut bahwa akan hadir *event* Eraspacetival dengan tema *End Of Year Sale* dengan penawaran *iPhone 14 Pro* yang dikhususkan untuk member yang baru mendaftar sebagai *member* MyEraspace.

Ketika ide konsep telah dibuat sebelumnya, kemudian pada unsur visual ini adalah tahap di mana konten Eraspacetival untuk dieksekusi menjadi menarik secara visual serta agar pesan yang disampaikan juga informatif dan jelas. Dengan mengintegrasikan kreativitas dengan kebutuhan *branding* Eraspacetival, dapat memastikan konten *teaser* yang dibalut dengan interaktif untuk mengajak khalayak media sosial *Instagram* untuk bergabung sebagai member MyEraspace, menciptakan aspek konten yang selaras sehingga konten yang dihasilkan inovatif dan menarik di mata khalayak media *Instagram*. Penelitian oleh Rudjiono et al. (2024) pada penelitian unsur visual ini telah terbukti dapat memberikan dampak positif dari segi audiens agar bisa merasakan keterlibatannya sehingga meningkatkan daya tarik.

Unsur audio memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dari sebuah konten visual. Pada konten *Motion* Eraspacetival 2023, penggunaan audio yang tepat tidak hanya membantu dalam menyampaikan pesan yang lebih jelas, tetapi juga menciptakan keterlibatan khalayak media seperti yang dikatakan Rudjiono et al. (2024). Pada konten *Motion teaser* Eraspacetival 2023, terdapat latar belakang musik yang mengiringi seluruh proses linguistik dan elemen visual nya. Musik latar yang digunakan memiliki kualitas dan nuansa yang misterius dengan efek suara yang mendesing untuk mendukung dari visual sorot lampu sehingga dapat menambah rasa penasaran audiens. Dengan perpaduan audio

ini juga bertujuan untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Melalui perpaduan elemen audio dan visual, konten *Motion teaser* Eraspacetival berhasil menarik perhatian dan mendatangkan keterlibatan interaksi penonton.

Setelah konten divisualisasikan, penggunaan audio dalam konten *Motion teaser* diperlukan guna memberikan kesan yang lebih hidup seperti pemberian *sound effect* misterius. Sehingga khalayak media Instagram dapat ikut merasakan ketegangan yang akan hadir dari *event* Eraspacetival 2023 sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan dapat membangun interaksi khalayak media di Instagram. Hal ini seperti yang dikatakan Kress & Van Leeuwen (2001) dalam Zhu (2021) yang menyatakan bahwa aspek-aspek audio seperti volume, *pitch*, *rhythm*, dan *sound effect* merupakan elemen yang sangat penting untuk memperkuat penyampaian pesan yang dikomunikasikan kepada khalayak dalam konten di media.



Gambar 2. Rangkaian *Scene* Utama Konten *Teaser* Eraspacetival 2023
Sumber: Hasil Analisis Penelitian dari *Instagram @eraspcaeid* (2024)

Pada konten *teaser* Eraspacetival 2023 terdapat dua unsur gestural, yaitu gerakan yang berhubungan dengan pesan dan gerakan yang berhubungan dengan produk.



Gambar 3. *Scene* Yang berhubungan Dengan Produk Dalam Konten *Teaser* Eraspacetival 2023
Sumber: Hasil Analisis Penelitian dari *Instagram @eraspcaeid* (2024)

Gerakan yang berhubungan dengan produk yaitu gerakan pada teks visual terkait manfaat bergabung sebagai member MyEraspace dengan menampilkan sorotan lampu yang dramatis yang mengarah pada *handphone*, bertujuan untuk menarik perhatian audiens secara langsung ke produk utama. Selain itu, penggunaan sorotan lampu yang dramatis ini tidak hanya mempertegas pesan visual, tetapi juga menciptakan efek panggung yang menonjolkan keunggulan dan penawaran eksklusif yang ditawarkan.

Pada konten *Motion teaser Eraspacetival End Of Year Sale*, penempatan elemen-elemen tersebut tidak hanya menentukan estetika visual, tetapi juga membantu membangun hierarki informasi yang jelas bagi audiens. Pengaturan ini memandu pandangan audiens secara alami dari satu objek ke objek lain, menciptakan alur yang mengarahkan perhatian pada produk utama. Seperti yang dikemukakan oleh Anstey & Bull (2020), jarak dan kedekatan antara objek-objek dalam tata letak tersebut juga berperan dalam membangun hubungan visual yang memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Machin & Mayr, 2023).



Gambar 4. Letak Objek Dan Elemen-elemen Konten *Teaser Eraspacetival 2023*
Sumber: Hasil Analisis Penelitian dari *Instagram @eraspaceid* (2024)

Pada konten *Motion teaser Eraspacetival End Of Year Sale*, objek yang muncul berupa *handphone* dalam efek *fade to black* yang terletak pada bagian tengah gambar dengan ukuran yang *standout* melayang di atas panggung biru dengan sorotan lampu dan teks verbal yang diletakkan di atas *handphone* serta elemen-elemen lainnya seperti planet-planet dan bintang-bintang yang diletakkan pada sisi kanan dan sisi kiri. Objek dan elemen-elemen yang terdapat pada konten teaser tersebut selalu muncul dari awal penayangan sampai akhir penayangan video dengan dipisahkan transisi layar hitam atau “*pause scene*” yang bertujuan untuk berganti informasi terkait teks yang ada dalam gambar pada konten teaser Eraspacetival.

Gestural dan spatial dalam konten *Motion teaser* memiliki peran kunci dalam menciptakan koneksi yang kuat dengan pesan serta elemen-elemen visual yang ada. Adanya unsur gestural dan spatial ini, berguna untuk mengarahkan penempatan pesan dan memasatkan bahwa setiap elemen visual ditempatkan dengan harmonis, sehingga alur informasi dapat diikuti dengan mudah oleh khalayak media. Melalui gerakan yang terstruktur, konten *Motion teaser Eraspacetival 2023* mampu menuntun mata audiens serta memahami urutan informasi yang ditampilkan. Gerakan yang sesuai alur membantu

audiens untuk mengikuti narasi visual yang lebih alami, membuat setiap pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas dan mudah untuk dipahami. Hasilnya adalah dengan unsur gestural yang dibuat, penyampaian pesan dapat mudah dipahami yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan mereka pada konten Motion Eraspacetival 2023. Hal ini berkaitan dengan keunggulan konten *Motion*, yaitu penggunaan *Motion graphic* dalam menyampaikan informasi dengan cepat dipahami dan lebih menarik karena menggunakan animasi dan audio sebagai medianya (Jabeen et al., 2023).

Pada konten *Motion* Eraspacetival, terdapat konten *teaser* Eraspacetival dengan objek *handphone* diletakkan di tengah gambar dengan posisi objek di atas sebuah panggung yang disorot dengan lampu dan visual teks di atasnya agar objek terlihat besar dan ter-*highlight* oleh audiens. Sementara itu elemen-elemen visual pendukung lainnya seperti planet dan bintang-bintang sebagai penyeimbang visual yang menambah kesan dramatis dan misterius di luar angkasa.

Kombinasi gerakan serta penempatan ini membantu menciptakan serta memastikan pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh khalayak media sehingga konten tersebut mendatangkan daya tarik dan keterlibatan khalayak media. Dalam hal ini, penempatan objek, subjek, atau elemen visual lainnya di dalam bingkai untuk menciptakan tampilan yang menarik secara visual yang dapat mengarahkan perhatian audiens (Rudjiono et al., 2024).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian *Pertama* adalah Unsur Linguistik penggunaan bahasa dalam konten Motion Eraspacetival 2023 dapat memudahkan audiens memahami informasi yang disampaikan. Pilihan kata yang menarik, kalimat persuasif serta gaya bahasa media sosial yang tidak terlalu formal namun tetap jelas, mendekatkan pesan dengan audiens. Penerapan tagar yang tepat juga membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi. *Kedua* adalah Unsur Visual konten visual yang inovatif dan estetik dalam Motion Eraspacetival 2023 berhasil menarik perhatian audiens. Elemen visual yang interaktif seperti alur cerita informasi dari daftar member dengan sorotan produk memastikan keselarasan antara pesan dan visual meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial. *Ketiga* adalah Unsur Audio musik dan efek suara dalam konten ini memainkan peran penting dalam membangun suasana dan menarik perhatian audiens. Music latar yang sesuai dengan nuansa pesan, dari misterius berhasil menciptakan atmosfer yang menarik dan memperkuat pesan yang

disampaikan. *Keempat* adalah Unsur Gestur dan Spatial gerakan visual yang dinamis dan penempatan elemen yang strategis memastikan pesan dalam konten Eraspacetival tersampaikan dengan jelas. Penempatan objek utama seperti handphone di tengah, dipadukan dengan gerak sorot lampu yang harmonis, menciptakan tampilan visual yang menarik dan interaksi yang lebih baik dengan audiens.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan selesainya penelitian ini, kami terutama Penulis ke-1 sebagai kontributor utama dan penulis ke-2 sebagai kontributor utama ke-2 memberikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada penulis ke-3 dan ke-4 yang telah menjadi pemimpin kami dalam penelitian ini sehingga penelitian ini bisa selesai dengan kaidah penelitian yang baik dan benar serta dapat memberikan pandangan baru kepada para khalayak banyak tentang multimodal yang menggunakan motion graphic. Selain itu, kami juga berterima kasih kepada Scholr Official yang telah memberikan kesempatan kepada kami (para penulis) untuk dapat melewati proses publikasi jurnal ini dengan baik, dan orisinal. Dan yang terakhir ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Singaperbangsa Karawang dan Fakultas Hukum serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik layaknya ibu bagi ilmu kami yang telah kami dapatkan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anstey, M., & Bull, G. (2020). How multimodal text changes the pedagogy of writing. In *Teaching Writing* (1st ed., p. 24). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003117834-10>
- Dimas Ongko Wijoyo. (2023). Analisis Media Sosial Mengenai Isu Indonesia Sebagai Negara Paling Tidak Sopan di Asia Tenggara. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1015>
- Fauzi, A. (2024). *Perancangan Motion Graphic sebagai Media Kampanye Sosial untuk Menggugah Kesadaran Literasi Digital Generasi Muda* [Universitas Dinamika]. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/7767>
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial pada Perubahan Sosial Masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757–766. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i1.645>
- Hai-Jew, S. (2023). *Handbook of Research on Revisioning and Reconstructing Higher Education After Global Crises* (S. Hai-Jew (ed.)). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5934-8>
- Jabeen, S., Li, X., Amin, M. S., Bourahla, O., Li, S., & Jabbar, A. (2023). A Review on Methods and Applications in Multimodal Deep Learning. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, 19(2s), 1–41. <https://doi.org/10.1145/3545572>
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold Publishers.
- Machin, D., & Mayr, A. (2023). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. Sage Publication.
- Olvah, M., Alfian, M., Nusantara, T., Suyitno, I., & Anggraini, A. E. (2024). Pemanfaatan Berbagai Media dalam Pembelajaran untuk Meningkatkan Literasi Siswa dalam Perspektif Multimodal Literacy. *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(7), 6391–6398. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i7.4689>
- Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen bagi Penonton Bola dalam Tragedi di Stadion Kanjuruhan. *SUPREMASI HUKUM*, 19(1), 1–15.

<https://doi.org/10.33592/jsh.v19i1.2921>

Rudjiono, R., Setiyo Adi Nugroho, Agus Priyadi, & Akhmad Cholif Agung Yuliyanto. (2024). Perancangan Video Motion Graphic Sebagai Media Marketing Studi Kasus di PT. Bakool Nusantara. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 17(1), 105–119. <https://doi.org/10.51903/pixel.v17i1.1978>

S, G. N., Faridah, H., Masrifah, & Pratama, D. E. (2024). Tanggung Jawab Pidana Terhadap Masyarakat Yang Mengajak Orang Lain Untuk Golput Dalam Pemilu. *KRTHA BHAYANGKARA*, 18(2), 328–342. <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i2.755>

Zhu, J. (2021). A Multimodal Discourse Analysis of Second Language Instruction Videos. *OALib*, 08(10), 1–11. <https://doi.org/10.4236/oalib.1107651>