

# Implementasi Desain Template Konten Youtube Dengan Teknik Motion Graphic Pada PT Travelogin Menggunakan Metode Design Thinking

M. Farhan Masyhuri<sup>1</sup>, Yulian Mirza<sup>2</sup>, Hidayati Ami<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jl. Srijaya Negara, Palembang, Sumatera Selatan 30139, /Fax: +62711355918

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknik Komputer, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

e-mail: mfarhanm07@gmail.com<sup>1</sup>

## Abstrak

*Motion Graphic adalah seni memberikan dinamika pada teks dan gambar, menghasilkan pesan yang kuat kepada penonton. Ini melibatkan elemen bergerak, baik teks maupun gambar, yang diatur dalam ruang dan waktu. Teknik pergerakan dan ritme digunakan untuk mengkomunikasikan pesan secara efektif. Pendekatan Berbasis Pengguna dari Metode Design Thinking mendorong penulis mempertimbangkan secara holistik pengalaman penonton. Dengan memahami tujuan, preferensi, dan kebutuhan pengguna, kreator konten dapat merancang desain template yang memenuhi harapan penonton, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat citra merek YouTube. keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern dalam desain template konten YouTube menyebabkan penggunaan teknik editing yang belum terkoordinasi. Kanal YouTube PT. Travelogin Tour and Travel sejak 2019 telah mengunggah 45 video dengan 3.459 penonton dan 106 pelanggan berlangganan. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa implementasi desain template konten YouTube dengan teknik motion graphic menggunakan Metode Design Thinking secara signifikan dapat meningkatkan kualitas konten. Penonton lebih terlibat dan terkesan dengan tampilan yang menarik, berpotensi meningkatkan jumlah penonton, interaksi, dan pertumbuhan kanal YouTube.*

**Kata kunci-** *Template Konten Youtube, Motion Graphic, Metode Design Thinking, Usability Testing*

## Abstract

*Motion Graphic is the art of infusing dynamism into text and images, generating a compelling message for the audience. It involves moving elements, both text and images, orchestrated in space and time. Techniques of movement and rhythm are employed to effectively communicate the message. The User-Centered Approach of the Design Thinking Method encourages the author to holistically consider the audience's experience. By understanding users' goals, preferences, and needs, content creators can design templates that fulfill viewers' expectations, enhance engagement, and reinforce the YouTube brand image. Resource limitations and a lack of comprehension about modern marketing strategies in YouTube content template design have led to the use of disjointed editing techniques. Since 2019, PT. Travelogin Tour and Travel's YouTube channel has uploaded 45 videos, garnering 3,459 views and 106 subscribers. The implication of this study is that implementing YouTube content template design using motion graphics with the Design Thinking Method can significantly enhance content quality. Viewers are more engaged and impressed by captivating visuals, potentially increasing viewership, interactions, and YouTube channel growth.*

**Keywords-** *Template Konten Youtube, Motion Graphic, Metode Design Thinking, Usability Testing*

## 1. PENDAHULUAN

Penelitian ini mengulas tentang PT. Travelogin Tour and Travel, sebuah biro perjalanan yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan pengunjung. Tujuan utama pendirian biro ini

adalah meningkatkan integritas bisnis pariwisata di tengah perubahan lingkungan usaha dan memenuhi kepuasan pengunjung. Biro ini menawarkan paket perjalanan menarik dengan pengalaman unik. Namun, keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern dalam desain template konten YouTube menyebabkan penggunaan teknik editing yang belum terkoordinasi. Kanal YouTube PT. Travelogin Tour and Travel sejak 2019 telah mengunggah 45 video dengan 3.459 penonton dan 106 pelanggan berlangganan.

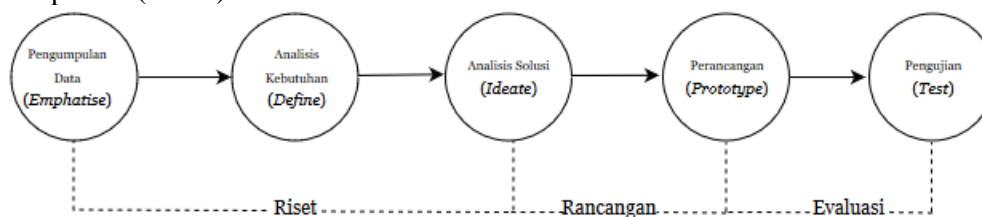
Kendala dalam membangun branding yang kuat pada konten YouTube timbul karena teknik editing yang kurang optimal dan memakan waktu lama. Pentingnya desain menarik dan profesional dalam konten YouTube memiliki dampak positif pada daya tarik penonton [1]. Pemanfaatan teknik motion graphic dalam desain template konten YouTube memungkinkan kreator konten menciptakan tampilan yang dinamis, kreatif, dan menarik, serta mempercepat proses editing untuk menarik dan mempertahankan perhatian penonton. Penerapan Metode Design Thinking membantu penulis memahami dan mengatasi tantangan dalam merancang desain template konten YouTube. Fokus pada kebutuhan pengguna memungkinkan penulis memahami pandangan penonton dan menciptakan desain yang relevan dan efektif.

Pendekatan Berbasis Pengguna dari Metode Design Thinking mendorong mempertimbangkan secara holistik pengalaman penonton. Dengan memahami tujuan, preferensi, dan kebutuhan pengguna, kreator konten dapat merancang desain template yang memenuhi harapan penonton, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat citra merek YouTube [2]. Metode Design Thinking menekankan pentingnya iterasi dan pengujian dalam proses desain. Penulis menguji dan mengumpulkan umpan balik dari penonton terkait desain template yang diimplementasikan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas desain dari waktu ke waktu.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa implementasi desain template konten YouTube dengan teknik motion graphic menggunakan Metode Design Thinking secara signifikan dapat meningkatkan kualitas konten. Penonton lebih terlibat dan terkesan dengan tampilan yang menarik, berpotensi meningkatkan jumlah penonton, interaksi, dan pertumbuhan kanal YouTube.

## 2. METODE PENELITIAN

Bagian ini berisikan tentang pembahasan mengenai analisis dan perancangan terhadap solusi yang dibuat berdasarkan pendekatan design thinking dimulai dari melakukan brainstorming bersama editor, melakukan empathy map terhadap audience, dilanjutkan dengan memahami tujuan dan kebutuhan audience (define) lalu dilanjutkan dengan tahap mencari ide dan solusi dari masalah yang didapatkan (ideate).



**Gambar 1.** Metode Design Thinking

### 1. Pengumpulan Data (*Emphatise*)

Pada tahap ini, kita perlu memahami kebutuhan, batasan, perilaku, dan aspirasi khalayak. Empathize dilakukan melalui tiga cara, yaitu mengamati (observe), berinteraksi (engage), dan mengalami (immerse).

#### a. Observasi

Penulis melakukan observasi masalah terlebih dahulu untuk mengetahui masalah apa saja yang dialami oleh editor dan audience

#### b. Interaksi

Selama interaksi dalam wawancara, penulis merencanakan sebuah rencana proyek penelitian dengan tujuan untuk memastikan bahwa tujuan wawancara tercapai dan hasilnya dapat digunakan secara efektif dalam merancang solusi untuk masalah yang ada.

## c. Pengalaman

Empathy map adalah pendekatan yang berpusat pada pengguna yang fokusnya memahami individu lain dengan melihat dunia melalui pengguna [2].

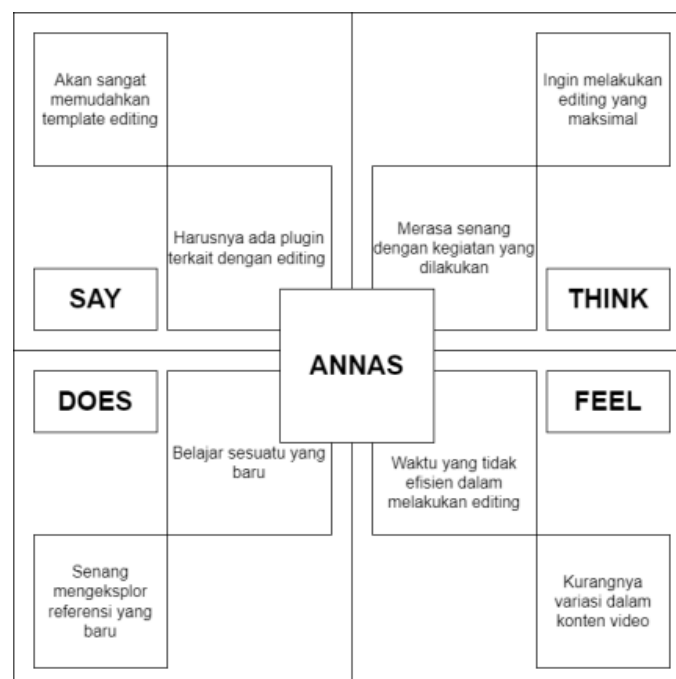
2. Analisis Kebutuhan (*Define*)

Pada tahap berikutnya setelah melakukan riset, penulis melanjutkan dengan tahap analisis di mana fokusnya adalah pada proses "define". Proses "define" dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan dan masalah yang ditemukan oleh editor setelah melalui tahap empathy [3]. Dalam tahap analisis ini, penulis membuat "personas" dan memahami alur pengguna saat menggunakan aplikasi.

1) *Persona*

Data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara kemudian diproses menjadi Empathy map. Selanjutnya, data tersebut diolah menjadi Personas. Personas memiliki manfaat besar dalam memetakan permasalahan dan mempermudah penulis dalam memahami keinginan dari editor itu sendiri[4].

## 2) Kebutuhan Pengguna



Gambar 2. *Empathy Map*

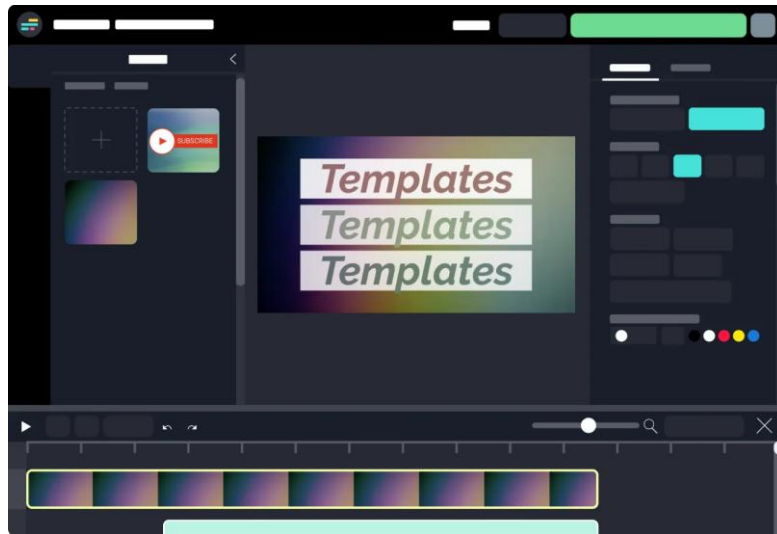
Penulis melakukan proses pengumpulan semua kebutuhan pengguna yang terdapat dalam setiap personas. Setiap personas memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda-beda.

3. Analisis Solusi (*Ideate*)

Proses ideate dilakukan untuk mencari ide-ide solusi terhadap masalah yang ada. Setelah melakukan analisis, penulis melanjutkan dengan tahap perancangan di mana penulis menggunakan proses user flow untuk menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan oleh editor [5].

4. Perancangan (*Prototype*)

Pada tahap *prototype* penulis akan membuat *Wireframe* sederhana untuk menguji tampilan *Mockups*, hal ini dilakukan agar penulis mengetahui apakah nanti tampilannya sudah berfungsi sesuai dengan kebutuhan pada *template* nanti [6]. Untuk memudahkan dalam merancang fungsi pada aplikasi, maka penulis menggunakan *After Effect*.



Gambar 3. Template

### 5. **Testing (Pengujian)**

Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk melakukan penyelidikan guna mendapatkan informasi tentang kualitas produk yang sedang diuji. Pengujian memberikan pandangan objektif dan independen mengenai produk

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Aspek Efektivitas

Pada aspek efektivitas perhitungan dilakukan berdasarkan pada tingkat keberhasilan partisipan (success rate) dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Perhitungan tingkat efektivitas dilakukan dengan menghitung success rate sesuai dengan persamaan 1. Success Rate = (1)

$$\frac{(B + (SB \times 0,5))}{\text{jumlah total tugas} \times \text{jumlah partisipan}} \times 100\%$$

Secara keseluruhan terdapat total 38 skenario tugas yang dilakukan oleh tujuh partisipan pada desain template video. Dari 12 tugas yang telah dilaksanakan, terdapat satu tugas yang dinyatakan sebagian berhasil dan sisanya dinyatakan berhasil. Sehingga hasil nilai aspek efektivitas yang dihitung berdasarkan keberhasilan penyelesaian tugas semua partisipan menggunakan persamaan 1 pada ketujuh partisipan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 98,64

### 2. Aspek Efisiensi

Berdasarkan hasil nilai TBE dapat ditafsirkan berdasarkan rentang waktu memakai indikator time behaviour yang berfungsi sebagai menentukan lamanya waktu pengguna pada Tabel 1. Analisis hasil perhitungan TBE semua kelompok partisipan untuk menyelesaikan setiap tugasnya pada desain template video dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Perhitungan TBE Semua Partisipan pada Desain Solusi Versi Desktop

Partisipan	Rata-Rata Nilai TBE	Tingkat Nilai Pada Time Behavior
Editor 1	0,16 goals/sec	Sangat Cepat
Editor 2	0,099 goals/sec	Sangat Cepat
Admin	0,036 goals/sec	Sangat Cepat

Pada Tabel 2 dijabarkan rata-rata nilai TBE semua kelompok pengguna masuk kedalam kategori pada time behavior dengan tingkat sangat cepat.

### 4. Aspek Kepuasan

Pada Tabel adalah contoh hasil penilaian aspek kepuasan partisipan mahasiswa dalam menyelesaikan setiap tugasnya menggunakan SEQ.

**Tabel 2.** Nilai Tugas Partisipan Desain Template Video

Tugas	Partisipan 1	Partisipan 2	Rata - Rata
1	7	7	7
2	6	7	6,5
3	6	7	6,5
4	7	6	6,5
5	5	7	6
6	7	3	5
7	6	6	6

Untuk mendapatkan rata-rata nilai tiap tugas, dilakukan perhitungan rata-rata nilai semua partisipan pada setiap tugasnya, dan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 6,57 yang menurut skala Likert masuk dalam kategori mudah. Dapat diartikan semua tugas dapat dengan mudah diselesaikan partisipan. Didapatkan nilai rata-rata untuk semua tugas dan partisipan pada desain template video mendapatkan nilai sebesar 6,19 yang menurut skala Likert masuk dalam kategori mudah. Dapat diartikan semua tugas pada desain template video dapat dengan mudah diselesaikan semua partisipan. Saat pengujian, penguji meminta saran setiap selesai menyelesaikan tugasnya kepada partisipan yang akan digunakan sebagai saran untuk perbaikan desain solusi selanjutnya.

### 1. Expert Judgement

Proses penentuan hasil melalui indeks Cohen's Kappa ini melibatkan aspek "setuju" atau "tidak setuju", sementara karena penelitian menggunakan skala Likert, penulis memutuskan untuk mempersempit tanggapan dari para penilai dengan pedoman sebagai berikut:

- Pilihan **1 sampai dengan 3** adalah “**tidak**”.
- Pilihan **4 dan 5** adalah “**ya**”.

Berikut adalah hasil dari pegujian para expert dengan produk animasi *motiongraphic* yang sudah dihasilkan

**Tabel 3.** Expert Judgement 1

No.	Instrumen	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Menurut anda apakah video ini menarik dari segi transisi ?					√
2.	Apakah anda setuju video ini menarik dari segi outro dan intro?				√	
3.	Apakah video ini mampu membujuk masyarakat untuk menggunakan layanan jasa tour & travel pada biro wisata ini?				√	
4.	Apakah anda setuju bahwa video ini menarik dari segi cinematography?				√	
5.	Apakah video ini sudah dapat mengenalkan layanan jasa tour & travel yang ditawarkan			√		

**Tabel 4.** Expert Judgement 2

No.	Instrumen	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Menurut anda apakah video ini menarik dari segi transisi ?			√		
2.	Apakah anda setuju video ini menarik dari segi outro dan intro?				√	

3.	Apakah video ini mampu membujuk masyarakat untuk menggunakan layanan jasa tour & travel pada biro wisata ini?				√	
4.	Apakah anda setuju bahwa video ini menarik dari segi cinematography?				√	
5.	Apakah video ini sudah dapat mengenalkan layanan jasa tour & travel yang ditawarkan			√		

Dari data yang dikumpulkan bisa dikatakan bahwa :

- **Expert 1** memilih dengan pilihan “ ya “ : 4 butir instrument dan pilihan “ tidak “ : 1 butir instrument.

**Expert 2** memilih dengan pilihan “ ya “ : 3 butir instrument dan pilihan “ tidak “ : 2 butir instrument.

**2. Analisis Data dengan Cohen Kappa**

Table 5. Hasil Expert Judgment dengan skala Cohen Kappa

Pernyataan	Rater (Ahli)		Hasil Selisih	Pya	Ptidak	Pe	Po
	Rater 1	Rater 2					
Pernyataan1	1	0	1	0,48	0,08	0,56	0,8
Pernyataan2	1	1	0				
Pernyataan3	1	1	0				
Pernyataan4	1	1	0				
Pernyataan5	0	0	0				
v							v

Angka yang dihasil pada table berwarna kuning dan biru memiliki perhitungan sebagai berikut :

		Penilai 2	
		Ya	Tidak
Penilai 1	Ya	a	b
	Tidak	c	d

		Penilai 2		
		Ya	Tidak	
Penilai 1	Ya	3	1	4
	Tidak	0	1	1
		4	0	5
				Total

Berikut adalah rumus untuk menentukan nilai “ Pe “ dan “Po”

Po = the observed proprionate agreement =

$$\frac{a + d}{a + b + c + d}$$

Pe = the probability of random agreement

$$P_{Ya} = \frac{a+d}{a+b+c+d} + \frac{a+c}{a+b+c+d}$$

$$P_{Tidak} = \frac{c + d}{a + b + c + d} + \frac{b + d}{a + b + c + d}$$

$$P_e = P_{Ya} + P_{Tidak}$$

Didapatkan perhitungan dengan :

$$P_o : \frac{3 + 1}{3 + 1 + 0 + 1} : \frac{4}{5} : 0,8$$

$$P_{eP_{Ya}} : \frac{3+1}{3+1+0+1} * \frac{3+0}{3+1+0+1} : \frac{4}{5} * \frac{3}{5} : 0,48$$

$$P_{Tidak} : \frac{0+1}{3+1+0+1} * \frac{1+1}{3+1+0+1} : \frac{1}{5} * \frac{2}{5} : 0,08$$

$$P_e : 0,48 + 0,08 + 0,56$$

Setelah semua data didapat maka kita dapat melakukan analisis terakhir dengan memasukkan semua angka yang sesuai dengan persamaan (3.1) yang ditentukan oleh index cohen kappa yaitu sebagai berikut

$$k: \frac{0,8 - 0,56}{1 - 0,56} : 0,545455$$

Hasil dari pengujian dengan cohen kappa mendapatkan hasil : “ sedang “  
di angka” 0,545455”

### 3. Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukan expert review kemudian didapatkan data, penulis melakukan analisis data yang didapat dengan index *cohen kappa* yang dimana untuk hasil dari index kapa pada penelitian ini adalah “ 0,545455” yang dimana jika kita lihat dalam aturan dari *cohen kappa* sendiri sudah termasuk dalam kategori “ sedang “. Dalam table expert 1 didapat hasil :

1. Pada instrument “ Menurut anda apakah video ini menarik dari segi transisi ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 5 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
2. Pada instrument “ Apakah anda setuju video ini menarik dari segi outro dan intro ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 4 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
3. Pada instrument “ Apakah video ini mampu membujuk masyarakat untuk menggunakan layanan jasa tour & travel pada biro wisata ini ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 4 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
4. Pada instrument “ Apakah anda setuju bahwa video ini menarik dari segi cinematography ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 4 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
5. Pada instrument “ Apakah video ini sudah dapat mengenalkan layanan jasa tour & travel yang ditawarkan “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 3 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ tidak “

Dan pada table expert 2 didapatkan hasil :

1. Pada instrument “ Menurut anda apakah video ini menarik dari segi transisi ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 3 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ tidak “
2. Pada instrument “ Apakah anda setuju video ini menarik dari segi outro dan intro ? “ ya “
3. Pada instrument “ Apakah video ini mampu membujuk masyarakat untuk menggunakan layanan jasa tour & travel pada biro wisata ini ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 4 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
4. Pada instrument “ Apakah anda setuju bahwa video ini menarik dari segi cinematography ? “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 4 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ ya “
5. Pada instrument “ Apakah video ini sudah dapat mengenalkan layanan jasa tour & travel yang ditawarkan “ didapatkan hasil yaitu dengan pilihan 3 dimana dalam aturan *cohen kappa* itu di samakan dengan jawaban “ tidak “

Dan bisa di simpulkan dalam penelitian ini produk yang dihasilkan dan sudah di uji oleh 2 ahli maka bisa dikatakan desain template video “cukup layak “ untuk digunakan. Dan juga pada penelitian ini 2 *rater* masing – masing memberikan pendapat ataupun saran kepada penulis tentang produk animasi motion grafis yang dihasilkan yaitu : tambahkan footage yang lebih variatif Usahakan perpindahan kamera lebih presisi lagi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengujian dengan cohen kappa penulis dapat mengetahui penilaian dari para ahli bahwa desain template video mendapatkan hasil : “sedang“ di angka ”0,545455”. Maka desain template video cukup untuk menjadi acuan editor untuk mengetahui alur kerja dari implementasi template video dan juga yang ingin mempelajarinya.

#### 5. SARAN

Penamaan proses atau tahapan yang terdapat dalam metode, dalam metode design thinking terdapat penamaan kata yang sulit dipahami sehingga memerlukan pengetahuan dasar tentang editing video agar lebih memahami maksud dari tahapan tahapan tersebut. Diharapkan desain template video ini dapat dijadikan acuan standar dalam sebuah editing video.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yuniastari S, A.K. and Wiyati, R.K., 2015. Pengukuran Tingkat Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Eresearch STIKOM Bali. Konferensi Nasional Sistem & Informatika, pp.9–10
- [2] Hartini, Ahyar Supani, & Meiyi Darlies. (2024). Rebranding Visual untuk Media Promosi Rumah Batik Serasan Menggunakan Metode Design Thinking. *JTIMD: Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14234491>
- [3] Tauriq, A., Yulian Mirza, & Meiyi Darlies. (2024). Implementasi Iklan Layanan Masyarakat Menggunakan Teknik Motion Graphics pada Alur Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik. *JTIMD: Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital*, 1(1), 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14233709>
- [4] Adriansyah, M. F. ., Saputra, H., & Ami, H. (2024). Implementasi Motion Graphic Sebagai Media Sosialisasi Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu (SPKT) Pada Bidhumas Polda Sumsel. *JTIMD: Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital*, 1(2), 47–56. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14234760>
- [5] Kumaidah, S. ., Supani, A., & Ami, H. (2024). Perancangan Animasi Motion Graphic Mengenai Bahaya Napza Sebagai Media Penyuluhan BNN SUMSEL. *JTIMD: Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital*, 1(2), 91–100. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14234983>
- [6] Adriansyah, M. F. ., Saputra, H., & Ami, H. (2024). Implementasi Motion Graphic Sebagai Media Sosialisasi Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu (SPKT) Pada Bidhumas Polda Sumsel. *JTIMD: Jurnal Teknologi Informatika Multimedia Digital*, 1(2), 47–56. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14234760>