e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Perancangan *Motion Graphic* Metode Sunat *Super Klamp Sealer* oleh Klinik Circum untuk Orang Tua yang Memiliki Bayi Laki-laki Usia 0-1 Tahun di Kota Bandung

Meti Agni Rizkiani, Arttya Anggita Sari, Nichi Hana Karlina, Sophia Purbasari
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: metiagni@unibi.ac.id; anggitaarttya@gmail.com; nichi.hana@unibi.ac.id; sophia041@unibi.ac.id.

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
29 Oktober 2025	24 November 2025	28 November 2025

Abstrak

Metode sunat *Super Klamp Sealer* (lem) merupakan salah satu teknik sunat modern yang ditawarkan oleh Klinik Circum di Kota Bandung, dan dinilai aman untuk bayi. Meskipun prosedur sunat pada bayi memiliki berbagai manfaat kesehatan, masih banyak orang tua yang meragukan keamanan dan efektivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media informasi yang komunikatif dan mudah dipahami guna meningkatkan pemahaman serta kesadaran masyarakat mengenai manfaat sunat bayi dan keunggulan metode *Super Klamp Sealer*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *motion graphic* dengan visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang sederhana efektif dalam menyampaikan pesan edukatif kepada sasaran audiens. Selain itu, media pendukung seperti unggahan media sosial, iklan digital, dan brosur turut dirancang untuk memperkuat penyampaian informasi. Media informasi ini diharapkan dapat membantu orang tua dalam mengambil keputusan yang tepat terkait tindakan sunat bagi anak mereka.

Kata Kunci: *Motion Graphic*, Sunat Bayi, *Super Klamp Sealer* (Lem), Klinik Circum

Abstract

The Super Klamp Sealer (glue) circumcision method is a modern circumcision technique offered by the Circum Clinic in Bandung and is considered safe for infants. Although infant circumcision offers various health benefits, many parents still doubt its safety and effectiveness. This study aims to design communicative and easy-to-understand information media to increase public understanding and awareness of the benefits of infant circumcision and the advantages of the Super Klamp Sealer method. This study used a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and questionnaires. The results showed that motion graphic media with attractive visuals and simple language were effective in conveying educational messages to the target audience. In addition, supporting media such as social media posts, digital advertisements, and brochures were also designed to strengthen the delivery of information. This information media is expected to help parents make the right decision regarding circumcision for their children.

Keywords: *Motion Graphic, Baby Circumcision, Super Klamp Sealer (Glue), Circum Clinic*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

1 PENDAHULUAN

Tindakan Sunat atau sirkumsisi merupakan prosedur bedah yang lazim dilakukan pada laki-laki atas dasar agama, budaya, maupun alasan medis. Prosedur sunat melibatkan pengangkatan sebagian kulup atau kulit yang menutupi ujung penis (WHO dalam Saputro & Widodo, 2022). Di Indonesia, praktik sunat umumnya dilakukan saat anak memasuki usia sekolah dasar, yakni antara usia 5 hingga 12 tahun (Karita & Romdhoni, 2018). Namun, dari sudut pandang medis, sunat pada usia dini, khususnya saat bayi, dinilai lebih aman dan memiliki berbagai keunggulan.

Berdasarkan rekomendasi World Health Organization (WHO), pelaksanaan sunat pada masa bayi memiliki risiko komplikasi yang lebih rendah serta proses penyembuhan yang lebih cepat (dalam Khamid & Fauzi, 2020). Hal serupa juga disampaikan oleh *American Academy of Pediatrics*, menyatakan bahwa sunat pada usia bayi memiliki manfaat yang lebih besar daripada risikonya (Blank et al., 2012). Beberapa manfaat tersebut antara lain mengurangi risiko trauma, menurunkan insiden infeksi saluran kemih (ISK), mengurangi risiko infeksi menular seksual termasuk HIV, serta menurunkan kemungkinan terjadinya kanker penis di masa mendatang.

Seiring kemajuan teknologi medis, metode sunat mengalami perkembangan. Salah satu inovasi terkini adalah metode *tekno sealer*, yakni gabungan dari beberapa teknik sunat modern. Menurut dr. Darsono, Ketua Umum Asosiasi Dokter Khitan Indonesia (ASDOKI), metode *tekno sealer* merupakan penyempurnaan dari berbagai teknik sunat yang telah digunakan sebelumnya, dengan keunggulan minim rasa sakit, rendah risiko pendarahan, tanpa jahitan, dan tidak memerlukan alat yang menempel setelah tindakan. Metode ini juga sangat memungkinkan diterapkan pada bayi karena prosesnya cepat, efisien, dan memberikan kenyamanan bagi orang tua. Di Klinik Circum, salah satu klinik khusus sunat yang berlokasi di Kota Bandung, metode *tekno sealer* dikenal dengan nama *Super Klamp Sealer* (lem)**.** Metode ini menggabungkan penggunaan alat *klamp*, *Electro Surgical Unit (ESU)*, dan lem kulit khusus, sehingga prosedur sunat dilakukan tanpa jahitan, minim perdarahan, dan alat dilepas segera setelah tindakan, membuat bayi tidak terganggu oleh alat maupun perban.

Namun, meskipun metode ini memiliki banyak keunggulan, masih banyak orang tua yang merasa ragu atau belum memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengambil keputusan melakukan sunat pada anak usia bayi. Kurangnya media informasi yang komunikatif dan menarik menjadi salah satu penyebabnya. Klinik Circum telah memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi, namun penyampaian informasi mengenai sunat bayi, khususnya metode *Super Klamp Sealer (lem)*, masih terbatas dan belum dikemas dalam bentuk yang komunikatif dan menarik. Hasil observasi dan wawancara dengan beberapa orang tua menunjukkan bahwa masih banyak dari mereka yang belum memahami metode ini secara utuh, serta belum memperoleh media informasi yang memadai mengenai sunat pada usia bayi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang media informasi berupa *motion graphic* yang dapat menyampaikan informasi mengenai manfaat sunat usia bayi serta metode *Super Klamp Sealer (lem)* secara jelas, sederhana, dan mudah dipahami oleh orang tua, khususnya calon orang tua yang memiliki anak laki-laki. Media ini diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat serta membantu mereka dalam mengambil keputusan yang tepat mengenai pelaksanaan sunat pada anak sejak dini usia 0-1 tahun.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan subdisiplin ilmu dalam bidang desain yang mempelajari cara menyampaikan pesan secara informatif atau persuasif melalui elemen visual, dengan menggabungkan konsep komunikasi, ekspresi kreatif, teknik, dan media (Yusa et al., 2023:4). Setidaknya terdapat 3 komponen DKV yang memiliki makna saling berkaitan (Putra, 2021:7): Desain berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas; Komunikasi berkaitan dengan ilmu yang menyampaikan pesan; dan Visual berkaitan dengan sesuatu yang dapat

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

dilihat. Dengan mengelola elemen-elemen grafis seperti bentuk, tipografi, warna, dan layout, desain komunikasi visual bertujuan untuk menyampaikan informasi atau ide secara efektif kepada target audiens. Hasil karya DKV dapat ditemukan di beragam platform, baik desain cetak maupun desain digital.

2.2 Media Informasi

Menurut Benny A. Pribadi, media merupakan perantara yang menghubungkan antara pengirim sebagai sumber informasi dan penerima informasi, serta berfungsi sebagai sarana dalam proses penyampaian dan pengiriman pesan (Pribadi, 2019). Penggunaan media informasi yang tepat memungkinkan pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens yang dituju. Sejalan dengan itu, Jefkins dan Frank menyatakan bahwa informasi akan memberikan manfaat bagi pengirim maupun penerima pesan jika disampaikan melalui media yang sesuai (Jefkins, 1997). Oleh karena itu, keberagaman media informasi, apabila dimanfaatkan secara optimal, dapat membantu individu maupun kelompok masyarakat dalam memperluas wawasan dan memperoleh pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan serta minat mereka.

2.3 *Motion Graphic*

Motion Graphic menurut Kesuma (dalam Aryani & Shierly, 2019), merupakan bentuk grafis yang memadukan animasi dan video untuk menciptakan gerakan visual yang dinamis. Seiring kemajuan teknologi, *motion graphic* semakin banyak digunakan sebagai media komunikasi visual yang inovatif. Keunikan daya tarik *motion graphic* terletak pada kemampuannya dalam menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik (Hengky Saputra & Bayu, 2019). Visualisasi yang menarik memiliki pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu (Yunita et al., 2023). Serupa dengan hal tersebut, Muhammad Ahwy Karuniyado yang dikutip melalui media artikel SindoNews juga menyatakan bahwa *motion graphic* efektif dalam menyampaikan informasi kesehatan, khususnya kepada generasi muda (Fauziah, 2023). Visual yang modern dan menarik dalam *motion graphic* terbukti mampu meningkatkan pemahaman serta minat audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *motion graphic* merupakan media komunikasi visual yang efektif, karena kemampuannya dalam menggabungkan elemen animasi dan video untuk menyampaikan informasi secara menarik, serta meningkatkan keterlibatan audiens, terutama generasi muda. Selain itu, *motion graphic* juga berperan sebagai sarana visual yang mampu mengomunikasikan pesan maupun narasi secara lebih kuat dan mudah dipahami.

2.4 Metode Tekno Sealer dalam Prosedur Sirkumsisi (sunat) di Bidang Kesehatan

Tekno *sealer* adalah produk inovatif terbaru dari PT Tekno Klem Indonesia. Menurut penjelasan dr. Darsono yang dikutip dari Media Indonesia, keunggulan utama dari metode sunat ini terletak pada penggunaan alat klamp khusus bernama tekno klamp (Maulana, 2022). Alat tersebut tidak menempel setelah tindakan sunat dilakukan, sehingga memberikan kenyamanan lebih besar bagi anak dan meminimalkan gangguan pada aktivitasnya. Desain tekno klamp dibuat untuk memudahkan dan menenangkan baik bagi tenaga medis yang melakukan sunat maupun anak yang menjalani prosedur tersebut. Tekno sealer merupakan pengembangan dari metode sunat yang telah umum digunakan di Indonesia, dengan mengintegrasikan tiga teknik sekaligus, yaitu penggunaan alat klamp, ESU (*Electro Surgical Unit*), dan perekat kulit khusus. Kombinasi ini menghasilkan metode sunat tanpa perban, dengan rasa sakit yang berkurang serta risiko pendarahan yang minimal. Metode ini juga menawarkan sejumlah keuntungan lainnya, seperti hasil yang lebih rapi, pemulihan yang lebih cepat, tidak memerlukan jahitan, dan memungkinkan anak untuk mandi serta beraktivitas normal setelah sunat. Perawatan luka sunat secara khusus tetap diperlukan untuk mempercepat proses penyembuhan dan memastikan hasil yang optimal.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan secara mendalam fenomena yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara langsung pengalaman subjek penelitian (Basrowi & Suwandi, 2009).

Objek penelitian yakni sebuah klinik yang bernama Klinik Circum yang khusus menangani sunat anak- anak dan dewasa. Klinik tersebut berlokasi di JL. Cikutra No. 115 Kota Bandung Jawa Barat. Pada operasionalnya Klink Circum menggunakan metode sunat modern dalam yang disebut Super Klamp (Lem), Smart Klamp, dan Spesial Method.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui observasi lapangan di Klinik Circum, wawancara dengan karyawan dan target audiens, serta penyebaran kuesioner. Data primer ini memberikan informasi yang akurat dan terkini mengenai objek penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan artikel daring yang relevan. Data sekunder berfungsi melengkapi data primer dan memberikan konteks yang lebih luas terhadap penelitian. Kemudian data yang diperolehberupa data primer maupun sekunder dianalisis menggunakan analisis data kualitatif tringulasi data dengan alur pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, verifikasi data. Sebagaimana ditekankan oleh Yulianty dan Jufri, analisis data kualitatif memerlukan ketelitian agar hasil yang diperoleh dapat diandalkan dan bermakna (dalam Fadli, 2021).

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi Perancangan

Media utama dalam srategi perancangan adalah *Motion Graphic.* Media tersebut bertujuan untuk membantu orang tua dan atau calon orang tua bayi laki-laki berusia 0-1 tahun atau dalam memahami informasi dan pengetahuan mengenai sunat pada bayi serta metode sunat modern *Super Klamp Sealer* (lem). *Motion graphic* ini dapat diakses melalui YouTube melalui iklan online, dan juga akan ditayangkan di ruang tunggu Klinik Mutiara Cikutra Layanan Ibu dan Anak.

4.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan dalam perancangan ini ialah strategi Komunikasi AISAS *(Attention, Interest, Search, Action, Share)* (Meilyana E., 2018) . AISAS merupakan kerangka kerja yang dikembangkan untuk mengamati bagaimana perilaku berubah, terutama sehubungan dengan perkembangan teknologi internet (Muallimah, 2021). Berikut ini penjabaran strategi komunikasi AISAS yang digunakan dalam perancangan *motion graphic* tentang metode sunat super klamp *sealer* (lem) oleh Klinik Circum untuk orang tua yang memiliki anak laki-laki usia 0-1 tahun.

Table 1. Strategi Komunikasi AISAS

Attention (Perhatian)	Untuk menarik perhatian (*attention*) audiens, maka dibuat iklan digital **(***online ads***)** yang menampilkan informasi tentang sunat modern untuk anak laki-laki sejak usia bayi**.** Iklan ini diarahkan ke video motion graphic yang menjelaskan secara visual keunggulan dan prosedur sunat tersebut. Selain itu, digunakan pula *mini X banner* sebagai media promosi *offline* yang berisi informasi mengenai metode sunat *Super Klamp Sealer* (lem**)** yang aman untuk bayi. *Banner* ini ditempatkan di meja resepsionis agar mudah terlihat dan mampu menarik perhatian pengunjung secara langsung.
Interest (Minat)	Membuat *motion graphic* berisi penjelasan detail tentang sunat usia bayi, meliputi manfaat dan metode yang digunakan. Selain itu, disediakan brosur di Klinik Circum yang berisi alur pelayanan, daftar harga, dan keunggulan metode sunat untuk meningkatkan minat serta pemahaman calon pasien. Pemilihan *Motion Ghrapic*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

	dipilih karena media visual ini mampu menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami.
Search (Mencari)	Target audiens diharapkan mengakses informasi lebih lanjut melalui akun media sosial Klinik Circum, seperti Instagram, TikTok, dan website resmi, untuk memperoleh penjelasan yang lebih lengkap mengenai layanan dan metode sunat yang ditawarkan.
Action (Tindakan)	Pada tahap ini, target audiens diharapkan mengambil tindakan dengan melakukan reservasi layanan sunat melalui *website* atau *call center* Klinik Circum sebagai langkah akhir setelah memperoleh informasi dari media promosi yang tersedia.
Share (Berbagi)	Target audiens diharapkan membagikan pengalaman layanan serta merchandise yang diterima melalui media sosial pribadinya, sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan publik terhadap layanan Klinik Circum.

Sumber : Olah Data Penulis

4.3 Strategi Pesan

Perancangan media informasi ini memerlukan strategi pesan yang efektif untuk menyampaikan isi video mengenai sunat usia bayi dengan metode Super Klamp Sealer (lem) oleh Klinik Circum. Strategi komunikasi yang digunakan menggabungkan pendekatan rasional dan emosional agar sesuai dengan target audiens, yaitu orang tua. Cerita pada video motion graphic disusun agar dekat dengan kehidupan sehari-hari, dengan penyampaian yang jelas, faktual, dan logis, sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan serta keterikatan emosional dengan penonton.

4.4 Strategi Media

Berikut merupakan strategi media perancangan dalam perancangan *motion graphic* ini:

4.4.1 Gaya ilustrasi

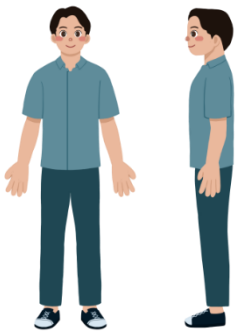
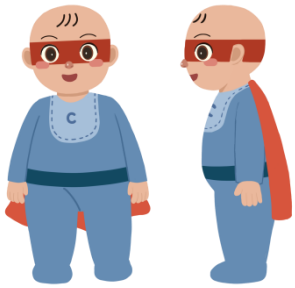
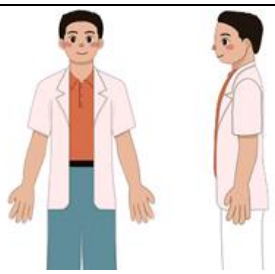
Gaya ilustrasi pada perancangan *motion graphic* ini menggunakan *flat design* dengan karakter dan elemen visual yang dibuat secara minimalis. Flat Design adalah salah satu gaya desain yang menekankan unsur minimalis, 2 dimensi (2D), dan perpaduan warna-warna yang cerah. Menekankan pada unsur fungsionalitas dan kegunaan dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan (shadow), tekstur dan berfokus pada tipografi (Fauzi et al., 2019). Desain dilengkapi dengan tipografi yang jelas serta kombinasi warna yang menarik untuk menciptakan pengalaman visual yang nyaman, modern, dan memikat bagi penonton.

4.4.2 Studi Karakter

Pada perancangan ini, karakter diciptakan berdasarkan kebutuhan cerita dan kelompok sasaran. Karakter-karakter yang ditampilkan meliputi orang tua muda di Bandung—ayah, ibu, bayi laki-laki—serta seorang dokter. Studi karakter berikut ini telah dilakukan oleh penulis sebagai bagian dari proses perancangan *motion graphic.*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 2. Studi Karakter Motion Graphic

Deskripsi	Referensi	Ilustrasi
1. Karakter Ayah Visualisasi karakter ayah dalam motion graphic digambarkan sebagai pria muda berusia 28 tahun yang baru memiliki anak laki-laki, mengenakan kemeja lengan pendek dan celana bahan bergaya kasual namun rapi, untuk menciptakan kesan sederhana dan hangat sebagai sosok keluarga.		
2. Karakter Ibu Sosok ibu dalam animasi ini digambarkan sebagai pribadi yang riang dan kekinian. Penampilannya kasual namun tetap modis, dengan kemeja lengan panjang dan celana jeans, dilengkapi dengan potongan rambut pendek berwarna gelap.		
3. Karakter bayi laki-laki Karakter bayi dalam motion graphic merupakan adaptasi maskot Klinik Circum bernama Cio, yang digambarkan sebagai superhero bayi mengenakan jumpsuit biru, celemek berlogo "C", serta topeng dan aksen merah yang melambangkan keberanian dan kegagahan setelah menjalani sunat.		
4. Karakter Dokter Karakter dokter digambarkan sebagai profesional yang ramah dengan kaos polo, jas putih, celana panjang, dan sepatu kulit, menciptakan kesan profesional, hangat, dan menenangkan bagi pasien.		

Sumber : Olah Data Penulis

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

4.4.3 Warna

Warna pada perancangan video *motion graphic* ini diambil dari warna utama logo dan identitas visual Klinik Circum, sehingga tercipta keselarasan desain yang konsisten dan memperkuat citra merek.

Gambar 1. Logo Klinik Circum.
Sumber: Klinik Circum

Gambar 2. *Color Pallete.*
Sumber: Olah Data Penulis

4.4.4 Tipografi

Tipografi *sans serif* digunakan untuk meningkatkan daya tarik visual dan memastikan pesan tersampaikan dengan jelas melalui bentuk huruf yang sederhana dan mudah dibaca (Rustan, 2013).

1. Tipografi Utama
   Tipografi *Poppins* dipilih sebagai font utama untuk judul dan poin penting karena tampilannya yang tidak kaku serta selaras dengan identitas visual Klinik Circum**.**

Gambar 3. *Font Poppins.*
Sumber: Olah Data Penulis

2. Tipografi Pendukung
   Tipografi *Century Gothic* digunakan untuk teks isi dan penjelasan edukatif karena memberi kesan dinamis serta mudah dibaca.

4.4.5 Tahapan Produksi

A. Pra Produksi
   Tahapan Pra produksi pembuatan *motion graphic* meliputi 5 bagian :
   1) Ide dan konsep : *Motion graphic* ini dirancang dengan gaya visual minimalis untuk menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang sunat usia bayi

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

menggunakan metode Super Klamp Sealer (lem), mencakup topik usia ideal, manfaat, dan perbandingan metode sunat lainnya.

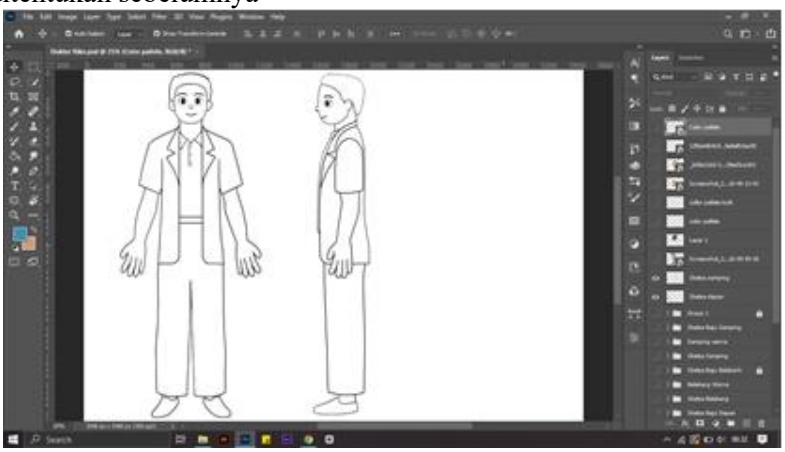
2) *Moodboard* : disusun sebagai acuan visual utama agar video menarik secara estetis dan efektif dalam menyampaikan pesan.
3) Alur cerita / *Storyline* : menggambarkan keluarga kecil dengan bayi laki-laki yang menghadapi dilema menentukan waktu sunat, menjadi dasar visualisasi dalam perancangan motion graphic.
4) *Storyboard* : Setelah *storyline* selesai, tahap berikutnya adalah pembuatan storyboard yang berfungsi sebagai acuan utama dalam proses pengembangan aset digital untuk motion graphic.
5) Sound (*Voice Over* dan *Backsound*) : Proses pengambilan suara (*voice over*) dilakukan untuk mengisi dialog karakter Ayah Kumal, Ibu Cika, Dokter Riko, serta narator dalam video *motion graphic*. Perekaman dilakukan menggunakan *handphone* dan perangkat pendukung audio lainnya guna menghasilkan suara yang jelas dan berkualitas.

B. Produksi

Tahap produksi berfokus pada pengembangan visual. Elemen-elemen seperti karakter dan ilustrasi diwujudkan secara konkret untuk mendukung konsep yang telah dirancang sebelumnya.

1) Desain Karakter

Karakter ilustrasi Ayah, Ibu, Anak Laki-laki, dan Dokter dibuat menggunakan Adobe Photoshop untuk mendukung visualisasi adegan dalam motion graphic. Proses perancangan dimulai dengan sketsa digital yang disusun berdasarkan referensi visual yang telah ditentukan sebelumnya



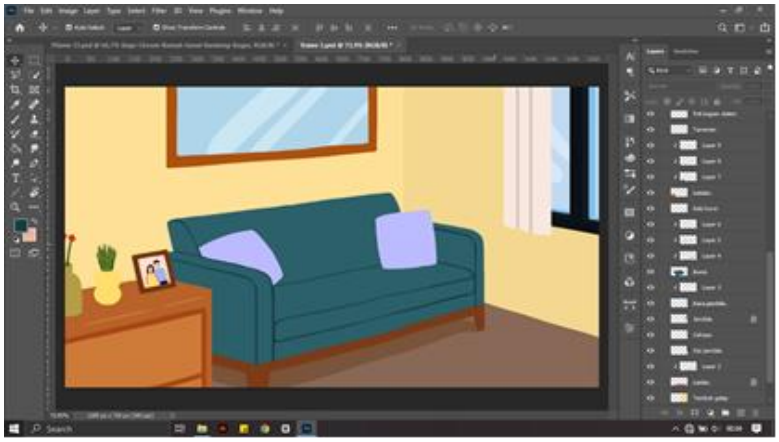
Gambar 5. *Screenshot* Sketsa Karakter Dokter Riko.
Sumber: Olah Data Penulis

Tahapan berikutnya setelah pembuatan sketsa ialah melakukan *coloring* menggunakan *software* Adobe Photoshop.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Gambar 6. *Screenshot* Proses *Coloring* Karakter Dokter Riko.
Sumber: Olah Data Penulis

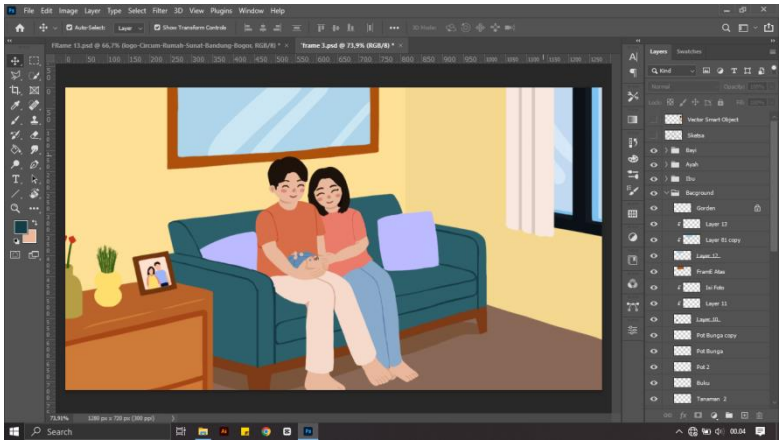
2) Pembuatan Gambar Ilustrasi
Proses pembuatan ilustrasi berfokus pada pengembangan aset visual latar belakang seperti ruang keluarga, ruang dokter, frame foto, eksterior bangunan, dan objek pendukung lainnya untuk memperkuat adegan dalam motion graphic. Tahapan dimulai dari pencarian referensi visual sebagai acuan desain, kemudian dilanjutkan dengan proses pewarnaan (coloring) menggunakan Adobe Photoshop untuk menghasilkan tampilan yang harmonis dan menarik



Gambar 7. *Screenshot* Proses *Coloring* Ruang Tamu.
Sumber : Olah Data Penulis

Hasil dari *background* yang telah dibuat digabungkan dengan karakter ilustrasi yang telah dibuat sebelumnya untuk dijadikan satu adegan yang terdapat dalam isi cerita *motion graphic.*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025



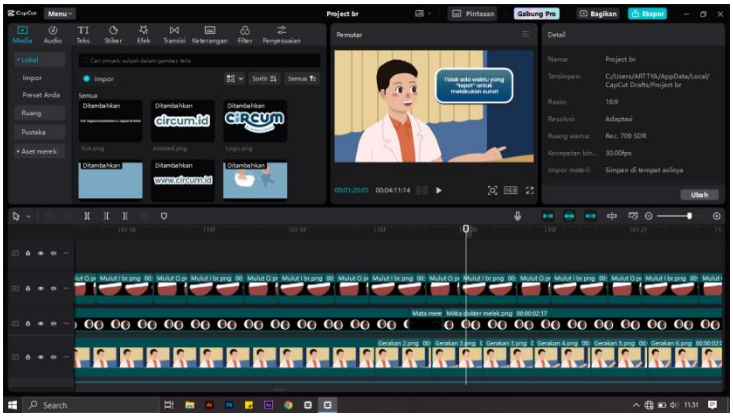
Gambar 8. *Screenshot* Proses Akhir *Frame* Ruang Tamu.
Sumber: Olah Data Penulis

C. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi merupakan proses penyelesaian akhir motion graphic, di mana seluruh elemen desain disusun dan diedit agar selaras dengan alur cerita yang telah dirancang.

1) *Layouting*

Tahap layouting bertujuan untuk menyusun elemen visual secara harmonis agar tercipta komposisi yang menarik dan mendukung alur cerita yang telah dirancang, dengan menggunakan perangkat lunak CapCut sebagai alat utama.

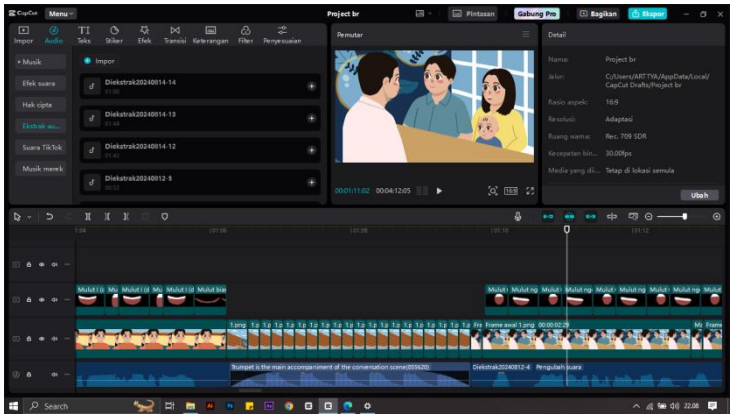


Gambar 9. Proses *Layouting Frame.*
Sumber: Olah Data Penulis

2) Editing

Proses pengeditan dilakukan untuk menyempurnakan *motion graphic* dengan menggabungkan elemen visual dan audio, seperti *voice over, backsound,* dan subtitle, sehingga tercipta sinkronisasi yang tepat dan penyampaian pesan yang efektif.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025



Gambar 10. Proses *Editing*.
Sumber: Olah Data Penulis

4.4.6 Media Utama *Motion Graphic*

Video motion graphic ini dirancang sebagai media edukasi bagi orang tua, khususnya yang baru memiliki anak laki-laki, mengenai pentingnya sunat pada usia bayi dan penggunaan metode Super Klamp Sealer (lem). Melalui alur cerita yang relevan, video ini menyajikan informasi berbagai metode sunat serta rekomendasi metode yang paling sesuai untuk bayi.

Gambar 11. Tampilan *Motion Graphic*.
Sumber: Olah Data Penulis

4.4.7 Media Pendukung

Langkah selanjutnya setelah pembuatan media utama adalah merancang media pendukung yang berfungsi untuk memperkuat pesan utama serta membantu audiens memahami dan mengingat informasi yang disampaikan. Media pendukung tersebut meliputi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

1) *Thumbnail*
   Thumbnail dirancang dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens agar tertarik untuk menonton video *motion graphic* yang telah diunggah di saluran YouTube Klinik Mutiara Cikutra.
2) *Online Ads*
   Iklan daring merupakan media promosi tambahan yang berfungsi untuk memperluas jangkauan audiens secara lebih spesifik. Iklan daring ini juga bertujuan mengarahkan penonton untuk mengakses dan menonton video animasi tentang sunat pada bayi yang tersedia di kanal YouTube Klinik Mutiara Cikutra melalui fitur *swipe up*.

Gambar 12. Hasil Desain *Thumbnail.*
Sumber: Olah Data Penulis

Gambar 13. Hasil Desain *Online Ads*.
Sumber: Olah Data Penulis

3) *Mini X Banner*
   Mini X Banner dirancang untuk media promosi *offline* yang diletakkan di meja resepsionis. Desainnya memuat informasi mengenai layanan sunat untuk bayi, serta penawaran hadiah

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

sebagai daya tarik setelah tindakan sunat dilakukan. Tujuannya adalah memberikan informasi langsung kepada pasien atau pengunjung klinik.

4) *Feeds Instagram*
Desain *feeds* Instagram ini berfokus pada penyampaian manfaat Super Klamp Sealer (perekat) dan prosedur khitan bagi bayi secara singkat dan jelas. Konten ini akan dipublikasikan melalui akun Instagram Klinik Circum.

Gambar 14. Hasil Desain *Mini X Banner*.
Sumber: Olah Data Penulis

Gambar 15. Hasil Desain *Feeds* Instagram.
Sumber: Olah Data Penulis

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

5) Brosur
Brosur ini berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi mengenai tahapan pelayanan, daftar harga, serta keunggulan masing-masing metode yang tersedia di Klinik Circum kepada pengunjung atau pasien.

Gambar 16. Hasil Desain Brosur.
Sumber: Olah Data Penulis

6) *Merchandise*
Sebagai bentuk penghargaan atas partisipasi dalam sunatan, pasien menerima hadiah berupa tas jinjing, sertifikat, dan mainan sensorik.
a. *Totebag*
Totebag ini berfungsi untuk menyimpan sertifikat dan mainan anak, serta dapat dimanfaatkan untuk membawa barang-barang lainnya.

Gambar 17. Hasil Desain Totebag.
Sumber: Olah Data Penulis

b. Sertifikat
Piagam ini diberikan sebagai bentuk apresiasi kepada anak yang telah menjalani prosedur sunat. Penyerahan piagam akan dilakukan setelah proses sunat selesai dilaksanakan.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Gambar 18. Hasil Desain Sertifikat.
Sumber: Olah Data Penulis

c. Mainan Sensorik
Mainan sensorik merupakan bagian dari *merchandise* yang dirancang dalam proyek ini. Pemilihan mainan ini didasarkan pada manfaatnya dalam menstimulasi perkembangan anak, membantu mereka mengenali indera masing-masing sejak dini, dan bahkan dapat digunakan sejak bayi baru lahir.

Gambar 19. *Seonsory Toys* (Mainan Sensorik).
Sumber: Olah Data Penulis

5 SIMPULAN

Motion Graphic dinilai sebagai sarana yang efisien untuk menginformasikan tentang sunat pada bayi dan teknik *Super Klamp Sealer* (lem) kepada masyarakat serta orang tua dengan anak laki-laki. Perancangan ini didasarkan pada penelitian kualitatif yang mencakup observasi, wawancara, dan angket, bertujuan untuk menangani rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat mengenai isu ini. Pembuatan grafis bergerak ini melalui tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Lebih lanjut, media pelengkap seperti unggahan Instagram, iklan daring, *mini X-banner*, dan suvenir dimanfaatkan untuk memperluas penyebaran informasi. Diharapkan, *motion graphic* ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama bagi calon orang tua dengan anak laki-laki, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat mengenai sunat pada usia bayi.

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, N., & Shierly, E. (2019). PERANCANGAN MOTION GRAPHIC TENTANG PENTINGNYA SEMUA IMUNISASI BAGI ANAK. *Jurnal Titik Imaji*, *2*(2), 29–37. https://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/article/view/1957/1594

Basrowi, & Suwandi. (2009). *Memahami penelitian kualitatif*. Rineka Cipta.

Benny A. Pribadi. (2019). Pengertian dan Prinsip-prinsip Pengembangan Bahan Ajar. *Pengembangan Bahan Ajar*.

Blank, S., Brady, M., Buerk, E., Carlo, W., Diekema, D., Freedman, A., Maxwell, L., Wegner, S., LeBaron, C., Atwood, L., Craigo, S., Flinn, S. K., Janowsky, E. C., & Zimmerman, E. P. (2012). Circumcision Policy Statement. In *Pediatrics* (Vol. 130, Issue 3). https://doi.org/10.1542/peds.2012-1989

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, *21*(1). https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Fauzi, R. A., Anuggilarso, L. R., Hardika, A. R., & Saputra, D. I. S. (2019). Penggunaan Konsep Flat Design pada Markers Semaphore Augmented Reality. *InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan)*, *4*(1). https://doi.org/10.30743/infotekjar.v4i1.1375

Fauziah, N. (2023). *Penggunaan Motion Graphic dalam Edukasi Kesehatan Mental dapat Permudah Masyarakat*. SindoNews. https://lifestyle.sindonews.com/read/1046603/155/penggunaan-motion-graphic-dalam-edukasi-kesehatan-mental-dapat-permudah-masyarakat-1678788185

Hengky Saputra, & Bayu, W. (2019). Analisis Prinsip Motion Graphic Flow Pada Iklan Unilever 2019 Yang Berjudul "Setiap U Beri Kebaikan." *Jurnal Desain Komunikasi Visual Dan Media Baru*, *2*(1).

Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Eralangga.

Karita, D., & Romdhoni, M. F. (2018). Hubungan Usia dan Berat Badan Dengan Ukuran Lingkar Penis Anak Menggunakan O-Meter: Sirkumsisi Metode Klem. *Herb-Medicine Journal*, *1*(1). https://doi.org/10.30595/hmj.v1i1.2479

Khamid, A., & Fauzi, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Ibu dalam Melakukan Sirkumsisi pada Bayi di Banten. *Jurnal Antara Kebidanan*, *3*(4). https://ejournal.abdinus.ac.id/index.php/antarakebidanan/article/view/287

Maulana. (2022). *Metode Sunat Terus Berkembang, Tekno Klem Sebagai Penyempurnaan*. Media Indonesia. https://mediaindonesia.com/nusantara/481057/metode-sunat-terus-berkembang-tekno-klem-sebagai-penyempurnaan

Meilyana E. (2018). *AISAS Model*. Binus University Business School.

Muallimah, H. (2021). KAJIAN PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI AISAS TERHADAP PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Kreatif : Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, *3*(02). https://doi.org/10.53580/files.v3i02.30

Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. In *Jurnal Barik* (Vol. 3, Issue 1).

Rustan, S. (2013). Huruf Font Tipografi. In *Jakarta*.

Saputro, H., & Widodo, N. S. A. (2022). *Monograf : Pelepasan Alat Sunat Superring dengan Pemberian Aloe Vera Gel dan Berendam Air Hangat.* Lembaga Chakra Brahmanda Lentera. https://books.google.co.id/books?id=4TtwEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=jQuZcSGbgs&dq=Tindakan sunat atau sirkumsisi Saputro dan Widodo%2C 2022&lr&pg=PR2#v=onepage&q&f=false

Yunita, Agustini, & Amalia, N. (2023). PENGARUH VISUALISASI PESAN PERSUASIF KAMPANYE #PAKAISAMPAIHABIS TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU FOLLOWERS MENGKONSUMSI PRODUK KECANTIKAN. *Jurnal Sosial Humaniora*, *14*(2). https://doi.org/10.30997/jsh.v14i2.9807

Yusa, I. M. ., Priyono, D., Anggara, I. G. A. ., Setiawan, I, N, A, F., Yasa, I. W. A. ., Yasa, N. P. ., & Sutarwiyasa, I. . (2023). *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. Sonopedia Publishing

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=Mr3lEAAAQBAJ&lpg=PR7&ots=qe0_Vc3J-A&dq=Desain Komunikasi Visual merupakan disiplin ilmu yang menekankan pada pemahaman konsep komunikasi melalui medium visual&lr&pg=PP3#v=onepage&q&f=false