

Perancangan Bumper Animasi Logo PT Santos Jaya Abadi Untuk Keperluan Orientasi Karyawan Baru

Agnes Delicia Husada¹, Cindy Cecilia Kim², Samuela Yosafa Isabel

Anritan³

adelicia@student.ciputra.ac.id, ccecilia@student.ciputra.ac.id,

syosafaisabel@student.ciputra.ac.id

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan bumper animasi logo PT Santos Jaya Abadi untuk kepentingan program orientasi karyawan baru. Program orientasi karyawan baru tidak hanya berfungsi sebagai titik awal perkenalan perusahaan dengan karyawan, tetapi juga berperan dalam proses adaptasi karyawan dengan lingkungan kerja yang baru. Mengetahui pentingnya kegiatan ini, maka perlu untuk menyusun rancangan kegiatan yang menarik menggunakan media yang tepat. Media bumper animasi yang interaktif dan sesuai akan dapat menarik perhatian karyawan baru selama proses orientasi dan menyampaikan pesan secara efektif. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif melalui wawancara kepada target audiens serta studi literatur. Tujuan akhir penelitian adalah untuk mengetahui karakteristik rancangan bumper yang tepat untuk digunakan selama proses orientasi karyawan baru PT Santos Jaya Abadi. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa bumper animasi yang sesuai untuk proses orientasi karyawan baru tidak hanya harus memiliki konsep serta visual yang cocok dengan perusahaan, namun juga makna yang tepat sasaran, visual yang menarik dan pemilihan audio yang sesuai.

Kata kunci: Bumper Animasi, Bumper Logo, Orientasi Karyawan Baru, Perancangan.

ABSTRACT

This research contains the design process of the animated bumper of PT Santos Jaya Abadi logo for the new employee orientation program. New Employee Orientation Program doesn't only serve as a starting point for the company's introduction to new employees, it also plays a role in the employee's adaptation process to the new working environment. Seeing the significance of this event, it is

necessary to design interesting activities using the right media. Animated bumpers that are interactive and efficient are able to gain the attention of new employees during the orientation process and convey messages effectively. The research was conducted using qualitative methods through target audience interviews and literature studies. The objective of this research is to find out the characteristics of a suitable animated bumper design to be used during the orientation process for new employees of PT Santos Jaya Abadi. The results obtained show that the appropriate animated bumper for the new employee orientation process must not only have a concept and visuals that match the company, but also a relatable storyline, attractive visuals, and the right audio selection.

Keywords: *Animated Bumper, Logo Bumper, New Employee Orientation, Design.*

PENDAHULUAN

PT Santos Jaya Abadi merupakan sebuah perusahaan multinasional dari Indonesia yang bergerak dalam bidang minuman. PT Santos Jaya Abadi memiliki visi menjadi pemimpin pasar sebagai perusahaan makanan serta minuman yang dominan dan terhormat di Asia. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan memahami nilai-nilai perusahaan.

Pengenalan perusahaan kepada karyawan umumnya dimulai dalam program orientasi karyawan baru. Selain memberikan informasi mengenai perusahaan, orientasi karyawan baru juga dilakukan untuk mempermudah proses adaptasi karyawan dengan lingkungan perusahaan, sehingga dapat segera melaksanakan tugas dan kewajibannya secara profesional. Melihat pentingnya kegiatan orientasi karyawan baru bagi karyawan dan perusahaan, maka perlu untuk menjaga minat, perhatian, serta fokus karyawan baru selama proses orientasi.

Penggunaan media interaktif, seperti video animasi, dapat menjadi salah satu cara menarik perhatian audiens. Video animasi dapat menyampaikan sebuah cerita yang efektif memancing audiens untuk terus mengikuti dan memberikan perhatian mereka dalam suatu acara. Selain itu, video animasi yang kaya akan elemen visual lebih mudah dipahami dan diingat audiens. Salah satu elemen penting dari perusahaan adalah logo perusahaan. Oleh karena itu, dengan mengaplikasikan teknik animasi pada logo, akan membuat logo lebih interaktif, mampu menarik perhatian, dan mudah diingat.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu, merancang sebuah video bumper animasi logo yang sesuai untuk keperluan orientasi karyawan baru PT Santos Jaya Abadi. Maka dari itu, akan dilakukan perancangan bumper animasi logo PT Santos Jaya Abadi yang dapat digunakan dalam kegiatan orientasi karyawan baru sebagai pembuka, penutup, dan transisi acara sekaligus untuk menarik minat karyawan baru selama orientasi.

METODE PENELITIAN

Proses perancangan dilakukan menggunakan metode kualitatif melalui kegiatan wawancara pada dua narasumber yang merupakan target audiens, terdiri atas seorang karyawan baru dari salah satu perusahaan di Indonesia dan seorang fresh graduate yang akan mendaftar menjadi karyawan pada suatu perusahaan. Pengumpulan data juga didukung dengan studi literatur dari berbagai sumber jurnal dan artikel dari internet yang berhubungan dengan perancangan bumper animasi, motion graphic, serta kegiatan orientasi karyawan baru.

PEMBAHASAN

PT Santos Jaya Abadi

PT Santos Jaya Abadi sebagai sebuah perusahaan multinasional beralamat di Taman, Sidoarjo, Jawa Timur yang memproduksi aneka minuman, yang di antaranya adalah Kapal Api, Excelso, ABC, Ceremix, dan lainnya (Kapal Api Global, n.d.). PT Santos Jaya Abadi telah berdiri sejak tahun 1979, serta memiliki sebuah visi untuk menjadi pemimpin pasar sebagai perusahaan makanan serta minuman yang dominan dan terhormat di Asia. Dalam usahanya mencapai visi tersebut, PT Santos Jaya Abadi menyusun misi untuk memberikan *value* terbaik bagi pelanggan melalui inovasi berkelanjutan, proses kelas dunia, kekuatan finansial, dan sumber daya manusia yang berkualitas.

Nilai-nilai yang menjadi fokus perusahaan bagi PT Santos Jaya Abadi meliputi: *customer focus, work excellence, continuous learning*, integritas, dan kerja sama (PT Santos Jaya Abadi, n.d.). Penerapan dan pemahaman keseluruhan nilai oleh tiap

bagian perusahaan, termasuk di antaranya para karyawan baru, sangatlah penting. Nilai-nilai ini menjadi kunci agar perusahaan selalu dapat menyediakan yang terbaik bagi pelanggan.

Orientasi karyawan baru

Orientasi karyawan baru merupakan usaha awal sebuah perusahaan untuk memperkenalkan kehidupan kerja perusahaan bagi anggota baru, sehingga dapat membuat mereka merasa menjadi bagian dari perusahaan. Program orientasi karyawan baru juga berfungsi menjadi sarana sosialisasi antar karyawan baru dan berguna untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, serta keterampilan mereka. Program ini berpotensi menjadi program paling berpengaruh dalam proses pengembangan karyawan (Acevedo & Yancey, 2011).

Kesuksesan program orientasi karyawan baru tidak hanya bergantung pada bagaimana perusahaan menyusun strategi dan materi pelatihan, tetapi juga bagaimana menjaga minat karyawan untuk terus berpartisipasi sepanjang pelaksanaan program. Salah satu cara menjaga antusiasme karyawan baru adalah dengan menggunakan media interaktif (seperti bumper animasi) untuk membuat program orientasi lebih menyenangkan, menarik, dan efektif.

Bumper Animasi

Bumper Animasi digunakan sebagai pembuka dan/atau penutup sebuah program. Bumper umumnya berbentuk animasi singkat yang menggambarkan identitas suatu perusahaan atau *event*. Selain itu, bumper dapat digunakan sebagai selingan jeda saat perpindahan segmen suatu acara (Febriyanto *et al.*, 2018). Tidak hanya berfungsi menampilkan identitas acara dan perusahaan, bumper animasi yang menarik mampu memikat perhatian audiens serta menimbulkan rasa penasaran terkait acara yang diadakan.

Penggunaan bumper animasi dengan banyak konten gambar, gerakan animasi yang lebih halus, penggunaan dubbing suara dalam video, pilihan font yang bervariasi, dengan tujuan agar pesan yang disampaikan lebih mudah dimengeti. (Daniel *et al.*, 2020). Dari wawancara yang dilakukan kepada seorang karyawan

baru di salah satu perusahaan Indonesia, Hendry, didapatkan bahwa bumper animasi memerlukan visual yang menarik. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat sebuah objek sebagai karakter atau elemen utama cerita yang dapat menjadi pusat perhatian. Tidak hanya visual yang menarik, bumper animasi juga perlu memiliki makna yang cocok (*relatable*) dan mudah dipahami oleh audiens, yang dalam hal ini merupakan para karyawan baru yang menjadi peserta orientasi.

Melalui wawancara dengan seorang *fresh graduate*, Natasya, didapatkan bahwa salah satu elemen yang penting untuk animasi bumper, khususnya animasi bumper untuk kegiatan orientasi karyawan baru adalah pemilihan *sound* yang dipakai. Hal ini dapat diaplikasikan melalui pemakaian musik latar dan juga beberapa elemen suara lainnya yang dapat disesuaikan dengan adegan visual yang sedang berlangsung, seperti *sound effects*.

Untuk mencapai hal tersebut, konsep dan elemen bumper harus didesain sedemikian rupa agar selaras dengan perusahaan dan acara yang diadakan. Oleh karena itu, dalam perancangan bumper animasi untuk PT Santos Jaya Abadi disusun sebuah cerita sederhana yang sesuai untuk kegiatan orientasi karyawan baru. Secara visual, juga dipilih warna-warna dari logo perusahaan sebagai warna utama. Elemen lain (seperti ilustrasi dan audio) dalam bumper animasi juga disesuaikan dengan acara orientasi karyawan baru dan nilai perusahaan dengan kesan formal serta profesional.

Market Segmentation

A. Segmenting

1. Geografis

Masyarakat Indonesia di seluruh daerah yang telah lulus tahap akhir seleksi lamaran kerja di PT Santos Jaya Abadi.

2. Demografis

Pria dan wanita dengan usia 20 - 30 tahun dengan pendidikan akhir maksimum S1 sederajat.

3. Psikografis

Para karyawan baru yang berminat serta berkeyakinan untuk bergabung dan bekerja bersama dengan PT Santos Jaya Abadi sesuai dengan bidang pekerjaan yang telah dipilih. Memiliki pengalaman sebelumnya dalam bidang yang berhubungan dengan *food & beverage*.

4. Perilaku

Karyawan baru yang memiliki semangat dan antusias yang tinggi dalam bekerja di PT Santos Jaya Abadi.

B. Targeting

Karyawan baru berusia 20 - 30 tahun yang telah lolos dalam seleksi lamaran kerja. Berasal dari seluruh daerah di Indonesia dan memiliki semangat, fokus, berkompeten, serta rasa antusias yang tinggi untuk bekerja di perusahaan PT Santos Jaya Abadi.

C. Positioning

PT Santos Jaya Abadi merupakan sebuah perusahaan lokal yang bergerak di bidang *food & beverage* yang memperhatikan kinerja serta antusiasme para karyawan baru dengan memberikan konten menarik dan tidak membosankan selama acara. PT Santos Jaya Abadi sebagai salah satu perusahaan *roasting* kopi terbesar di Indonesia sangat memperhatikan kualitas produk serta profesionalisme perusahaan dan karyawannya.

Ide dan Konsep Bumper Animasi Logo PT Santos Jaya Abadi

Konsep utama untuk bumper animasi logo ini menggunakan elemen ilustrasi dua dimensi. Objek utama dalam bumper animasi logo adalah karakter manusia sebagai simbol karyawan yang menjadi peserta kegiatan orientasi karyawan baru. Karakter karyawan dipilih untuk membuat makna cerita bumper animasi lebih *relatable* bagi target audiens. Inti dari cerita bumper animasi ini adalah semangat para karyawan baru untuk bergabung dalam perusahaan PT Santos Jaya Abadi.

Cerita dibagi ke dalam enam *scene* yang akan digabungkan menjadi video bumper animasi dengan total durasi keseluruhan selama 10 detik. Bumper animasi dibuat sederhana dan berdurasi singkat, agar tidak hanya berfungsi untuk digunakan pada *opening* dan *closing* acara, tetapi juga sebagai jeda antar segmen.

- ***Scene 1: Opening***



Gambar 1. Konsep *scene 1* bumper animasi

Sumber: dokumen pribadi penulis

Menampilkan objek karakter manusia yang datang (turun) dari sisi atas kanan *frame*. Seperti para karyawan yang baru datang bergabung dengan perusahaan. Karakter menggunakan pakaian kantor rapi (formal) untuk melambangkan karyawan yang profesional. Pada *scene* ini juga diberikan efek suara tambahan saat objek karakter bergerak turun.

- ***Scene 2: Pergerakan objek***



Gambar 2. Konsep *scene 2* bumper animasi

Sumber: dokumen pribadi penulis

Terjadi pergerakan pada objek manusia yang melangkah dari sisi kanan menuju arah tengah *frame*. Pergerakan objek ini menunjukkan bahwa karyawan baru siap mengambil langkah memasuki dan mendapatkan pengalaman baru dengan bekerja di PT Santos Jaya Abadi. Pada *scene* ini juga disertakan efek suara langkah kaki untuk mempertegas konsep “berjalan” dalam *scene*.

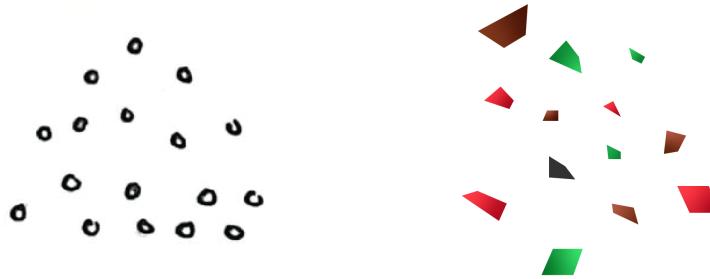
- ***Scene 3: Pergantian pergerakan***



Gambar 3. Konsep *scene 3* bumper animasi
Sumber: dokumen pribadi penulis

Objek manusia melakukan pergerakan kecil dengan melompat ke atas. Pergerakan objek melompat menjadi lambang rasa antusiasme karyawan dalam memasuki babak baru dengan bekerja bersama PT Santos Jaya Abadi. Selain itu, pergerakan pada objek ini juga digunakan untuk membantu perubahan transisi menuju *scene* selanjutnya.

- ***Scene 4: Transisi***



Gambar 4. Konsep *scene 4* bumper animasi
Sumber: dokumen pribadi penulis

Scene ini merupakan bagian dari transisi yang menjadi penghubung objek manusia dengan logo perusahaan PT Santos Jaya Abadi. Objek dibuat berupa pecahan-pecahan. Pecahan-pecahan yang beragam bentuk melambangkan para karyawan baru dengan karakter dan *skill set* yang berbeda. Pecahan ini kemudian bersatu, menjadi penyusun logogram PT Santos Jaya Abadi. Hal ini membawa makna persatuan hubungan kerja sama antara karyawan baru dengan perusahaan, menjadi sesuatu yang utuh.

- ***Scene 5: Logo PT Santos Jaya Abadi***



Gambar 5. Konsep *scene 5* bumper animasi
Sumber: dokumen pribadi penulis

Dari transisi pecahan-pecahan di *scene* sebelumnya, terbentuk logogram resmi PT Santos Jaya Abadi.

- ***Scene 6: Closing***



Gambar 6. Konsep *scene 6* bumper animasi
Sumber: dokumen pribadi penulis

Logo menjadi lengkap dengan adanya tulisan nama perusahaan bersama dengan alamat situs web resmi PT Santos Jaya Abadi, sebagai bentuk identitas perusahaan. Gaya Visual bumper animasi didominasi warna-warna dari logo PT Santos Jaya Abadi untuk semakin menekankan identitas perusahaan. Elemen ilustrasi (objek karakter dan partikel) dibuat menggunakan efek *gradient* untuk memberi kesan *depth* pada ilustrasi. Selain itu, *gradient* dapat membuat ilustrasi lebih *eye-catching*.

Audio

Menurut Nana Sudjana dan Ahmad Rivai (dalam Sari, 2017), media audio mengandung pesan dalam bentuk auditif (pita suara atau piring suara), yang dapat merangsang pikiran, perhatian, kemauan dan perasaan sehingga terjadi proses belajar. Perasaan sedih, senang, cemas, marah dan gugup termasuk dalam suasana hati yang bisa terjadi kepada semua orang (Fauziah, 2017). Perasaan-perasaan ini berpengaruh terhadap aktivitas dan kegiatan yang dijalani. Termasuk orientasi karyawan baru.

Ditambah dengan pendapat dari narasumber, Natasya, bahwa penggunaan audio sangat penting bagi pembawa *mood* dan *ambience* bumper animasi. Hal ini menunjukkan pentingnya pemilihan media audio untuk mendukung efektivitas

bumper animasi logo agar tidak terlihat membosankan. Bahkan, pemilihan audio yang tepat mampu membangun motivasi para calon karyawan selama kegiatan orientasi.

Audio yang digunakan untuk bumper animasi logo PT Santos Jaya Abadi berupa *Sound Effects* dan *Background Music*. Penggunaan keduanya bertujuan meramaikan animasi agar tidak terasa monoton. *Sound Effects* langkah kaki saat pegawai berjalan diunggah oleh *channel Youtube 'Music & Sounds Effect Library'*. Sedangkan *Background Music* dengan judul *Sound Logo 17 Friendly Logo Opener* diunggah oleh *channel Youtube 'Theme Sounds & Background Sounds'* berdurasi 7 detik. Musik latar yang digunakan cenderung bernada tinggi dan membawa kesan gembira, agar dapat memberi semangat pada karyawan baru.

Video Rendering

Rendering dilakukan dengan bantuan aplikasi Adobe Media Encoder 2020. Dengan pengaturan *.mp4 dan format H.264, resolusi 1080 x 1080 pixel serta preset 1920 x 1080 pixel untuk Youtube.

PENUTUP

Setelah melalui proses penelitian, ditemukan bahwa bumper animasi logo yang baik dan sesuai digunakan PT Santos Jaya Abadi untuk keperluan orientasi karyawan baru harus dapat mencerminkan identitas perusahaan dan acara. Hal ini akan terlihat dari keselarasan konsep serta elemen visual bumper animasi dengan perusahaan dan/atau acara yang berlangsung. Tidak hanya itu, bumper animasi untuk orientasi karyawan baru juga harus memiliki visual yang menarik serta makna yang tepat sasaran bagi target audiens. Kedua hal ini bertujuan agar bumper animasi dapat menarik perhatian sekaligus meningkatkan motivasi karyawan baru selama mengikuti kegiatan orientasi. Selain itu, bumper animasi perlu didukung dengan pemilihan audio yang tepat, supaya mampu menyampaikan kesan yang sesuai. Bagi penelitian selanjutnya terkait perancangan bumper animasi untuk keperluan

orientasi karyawan baru, disarankan untuk menguji lebih dalam efisiensi bumper animasi yang telah dirancang pada target audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Acevedo, Jose M., dan George B. Yancey. (2011). "Assessing New Employee Orientation Programs". *Journal Of Workplace Learning*. 23(5): 349-354. <https://doi.org/10.1108/1366562111141939>.

Fauziyah, S. (2017). Pengaruh Religiusitas dan Suasana Hati (*Mood*) terhadap Kinerja Karyawan Ayam Geprak Mak Sunah Madiun. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang. <http://etheses.uin-malang.ac.id/9351/>.

Febriyanto, Erick *et al.* (2018). "Pembuatan Video Bumper Logo 3D Animasi Almados Buana Utama Dengan Adobe After Effect". *Technomedia Journal*. 3(1): 31-43. <https://doi.org/10.33050/tmj.v3i1.376>.

Husada, Hendry Cipta. "Pendapat Bumper Animasi yang Menarik dan Efektif Menurut Karyawan Baru". 5 Januari 2022.

Kapal Api Global. 1 Januari 2022. *PT Santos Jaya Abadi*. <https://kapalapiglobal.com/santos/>.

Nadapdap, Noventine Natasya. "Elemen Bumper Animasi yang Sesuai untuk Kebutuhan Orientasi Karyawan Baru Menurut Fresh Graduate". 6 Januari 2022.

PT Santos Jaya Abadi. 1 Januari 2022. *PT Santos Jaya Abadi*. www.santosjayaabadi.co.id.

Sari, Y. P. (2017). Efektivitas Penggunaan Media Audio terhadap Peningkatan Motivasi Belajar pada Anak Kelompok A. *E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan*. UNY. Vol. 6. No. 1 hal. 1-12.

Daniel, O.K. Rina Dewi Indahsari (2020). Motion Graphic Related to Warning Alert Advice on Gateless Railroad Crossing. *Journal of Visual Communication Design (VCD)*. 5(2): 107-120. <https://doi.org/10.37715/vcd.v5i2.2691>.