

Rancangan *Motion-Graphic* untuk Mensosialisasikan Tarif Non Tunai Bus Rapid Transit Trans Semarang

Ferry Kurniawan, Bernardus Andang P. Adiwibawa

Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

Informasi Artikel

Genesis Artikel:

Diterima, 2025-02-21

Direvisi, 2025-05-21

Disetujui, 2025-05-30

Kata Kunci:

BRT Trans Semarang;

Motion-Graphic;

Perancangan;

Sosialisasi.

ABSTRAK

BRT Trans Semarang adalah unit pelayanan transportasi umum yang dioperasikan oleh Badan Layanan Umum Unit Pelaksana Teknis Dinas Trans Semarang mulai tahun 2009. Pada tahun 2014, pengelola BRT (Bus Rapid Transit) Trans Semarang berinovasi dengan menyediakan transaksi pembayaran menggunakan non-tunai atau *cashless*. Akan tetapi sampai saat ini masih banyak masyarakat yang masih menggunakan pembayaran secara tunai. Kajian awal menunjukkan bahwa pengguna pembayaran non-tunai kurang dari 10% total pengguna Trans Semarang. Alasan terbanyak mengapa masih banyak pengguna Trans Semarang yang melakukan pembayaran tunai adalah bahwa mereka belum mengerti dan memahami dengan baik apa itu pembayaran non-tunai. **Tujuan** penelitian untuk perancangan ini adalah terciptanya media sosialisasi sistem pembayaran non-tunai di Trans Semarang. **Metode** yang digunakan dalam penelitian untuk perancangan ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang diikuti dengan analisis SOAR (*Strength, Opportunity, Aspirations, Result*). Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Metode perancangan yang digunakan adalah metode Villamil-Molina. **Hasil** dari perancangan ini berupa video animasi *motion-graphic*. Penelitian ini **berkontribusi** sebagai solusi melalui penyuluhan berbasis media, untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pengguna terhadap sistem non tunai.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Korespondensi:

Bernardus Andang P. Adiwibawa,

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Dian Nuswantoro,

Email: andangprast@dsn.dinus.ac.id

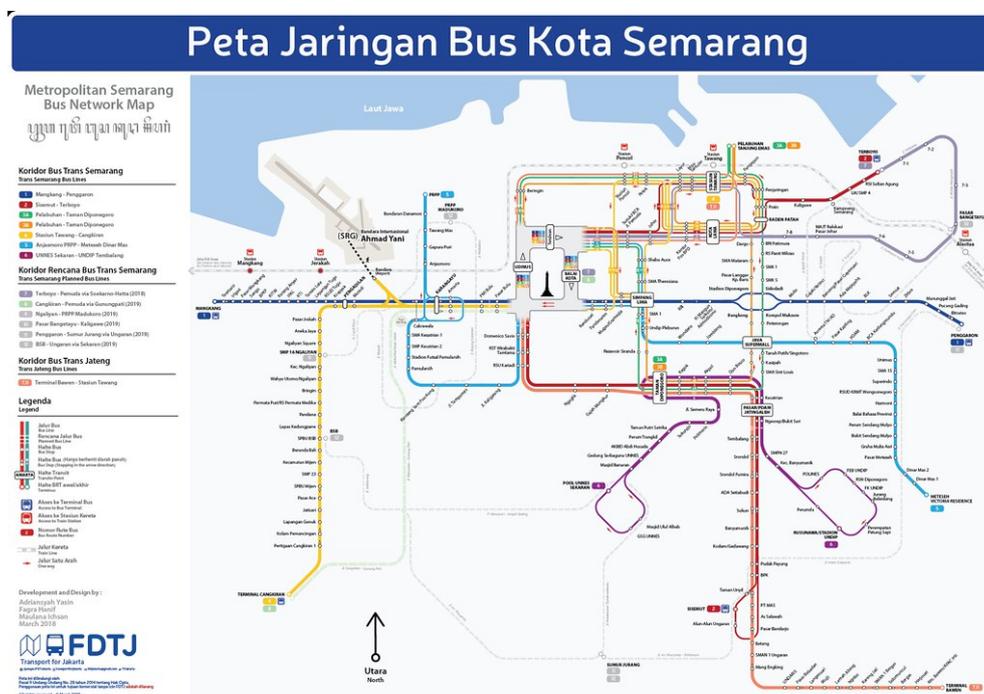
How to Cite:

F. Kurniawan dan B. A. P. Adiwibawa, "Rancangan *Motion-Graphic* untuk Mensosialisasikan Tarif Non Tunai Bus Rapid Transit Trans Semarang," *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, pp. 45-58, Mei 2025. doi: [10.30812/sasak.v7i1.4883](https://doi.org/10.30812/sasak.v7i1.4883).

This is an open access article under the CC BY-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. PENDAHULUAN

Kota Semarang merupakan kota yang terletak di pantai utara Jawa. Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah, kota terbesar kelima di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Medan, dan Bandung [1]. Jumlah penduduk Kota Semarang adalah sekitar 1.653.039 juta jiwa [2]. Pada tahun 2009, Pemerintah Kota Semarang, menerapkan untuk pertama kalinya sistem angkutan massal cepat dalam bentuk Bus Angkutan Cepat (Bus Rapid Transit/BRT) atau yang populer dengan nama Bus Trans Semarang (BRT Trans Semarang). Pengelolaan BRT Trans Semarang dilakukan oleh Badan Layanan Umum (BLU) Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Trans Semarang, sesuai Peraturan Walikota Semarang Nomor 116/2016 [3]. BRT Trans Semarang menerapkan konsep bus ber-AC, sehingga nyaman, murah dan cepat yang merupakan inovasi di sektor transportasi dengan tujuan memperbaiki sistem pelayanan angkutan publik yang ada di Kota Semarang. Salah satu kemudahan dalam pelayanan BRT Trans Semarang adalah sistem pembayaran tarif yang dapat dilakukan melalui cara non-tunai. Pembayaran dengan sistem non-tunai dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti e-wallet (Gopay, OVO, LinkAja, AstraPay), perbankan (Brizzi, Tapcash BNI), dan Qris [4, 5]. Pada laman resmi BRT Trans Semarang, transsemarang.semarangkota.go.id yang tertaut dengan laman ppid.semarangkota.go.id, saat ini Semarang memiliki 8 koridor dan 1 koridor khusus ditambah 4 koridor feeder [6]. Waktu pelayanan BRT Trans Semarang untuk koridor I sampai Feeder 4 beroperasi pukul 05.30 WIB – 17.30 WIB. Sementara koridor khusus Bandara-Simpang Lima beroperasi mulai malam mulai beroperasi pukul 18.00 – 23.00 WIB [7]. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan peta jaringan BRT Trans Semarang yang dimaksud.



Gambar 1. Peta jaringan BRT Trans Semarang

Terkait dengan keberadaan BRT Trans Semarang, sejak tahun 2015 sampai dengan 2021 telah ditemukan setidaknya lima kajian ilmiah mengenai BRT Trans Semarang. Kajian pertama adalah mengenai tiga faktor yang mempengaruhi keputusan orang untuk menggunakan BRT Trans Semarang, yaitu; tarif, kualitas pelayanan, dan promosi [8]. Dua kajian di tahun berbeda, 2017 dan 2020, hadir mengkaji aspek layanan BRT Trans Semarang [4, 9]. Pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi dilakukan pada analisis pelayanan BRT Trans Semarang di Kota Semarang [4], sementara pendekatan kuantitatif dengan model Kano dan analisis SERVQUAL digunakan dalam asesmen kualitas layanan BRT Trans Semarang [9]. Kedua kajian ini menyimpulkan bahwa meskipun pelayanan BRT Trans Semarang sudah baik dalam beberapa aspek, namun masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki seperti; peningkatan jumlah dan kualitas armada, pembangunan jalur khusus, dan pemasangan CCTV. Secara khusus, *assessment* [9] menyoroti koridor 5 yang dinilai paling bermasalah dan beberapa hal spesifik untuk perbaikan, termasuk kondisi di dalam bus, informasi yang tersedia di halte, dan ketanggapan petugas di halte. **Perbedaan penelitian** ini dengan sebelumnya terletak

pada Fokus kajian yaitu rancangan media visual dinamis (*motion-graphic*) sebagai alat komunikasi visual untuk mensosialisasikan sistem tarif non tunai. Sedangkan **kebaruan penelitian** terlihat kajian sebelumnya hanya menyebut perlunya infografis, tanpa membahas atau merancang bentuk komunikasi visual dinamis seperti *motion-graphic*.

Beberapa kajian mengenai inovasi yang dilakukan BRT Trans Semarang antara lain menyoroti masalah *e-ticketing* [10] dan media informasi berupa infografis [3]. Berkaitan dengan *e-ticketing*, [10] menyimpulkan bahwa proses inovasi layanan fitur *e-ticketing* BRT Trans Semarang telah berjalan, tetapi menghadapi beberapa tantangan. Oleh karena itu membutuhkan staf ahli TI dan pembentukan tim khusus, untuk menangani implementasi inovasi tersebut sehingga mengurangi beban kerja operator [10]. Sementara itu, [3] menunjukkan dalam kajiannya bahwa terdapat kebutuhan akan desain infografis untuk memberikan informasi kepada penumpang di halte-halte BRT mengingat beberapa fasilitas informasi yang ada saat ini tidak mencukupi atau kurang layak lagi. Meski BRT Trans Semarang, telah berinovasi dalam sistem pembayaran non-tunai, observasi awal yang dilanjutkan dengan wawancara terhadap 45 orang responden menunjukkan bahwa sebanyak 41 penumpang atau 90,8% menggunakan pembayaran tunai dan hanya 4 penumpang atau 9,2% yang menggunakan pembayaran non tunai. Keadaan ini dikonfirmasi oleh Pegawai BLU UPTD Trans Semarang dalam wawancara pribadi, yang mengatakan bahwa rata-rata harian penumpang yang melakukan pembayaran non tunai berada pada kisaran 25-30 orang atau kurang dari 10% rata-rata jumlah penumpang harian. Penelitian ini **berkontribusi** sebagai solusi melalui penyuluhan berbasis media, untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pengguna terhadap sistem non tunai.

Proyek penelitian ini **bertujuan** untuk menjawab kebutuhan akan sosialisasi mengenai pembayaran non tunai (*cashless*) bagi penumpang BRT Trans Semarang. Dengan demikian, proyek penelitian ini memperdalam kajian yang dilakukan [10] untuk memperkuat sistem *e-ticketing* dengan memanfaatkan desain infografis dan media sebagaimana disebutkan oleh [3]. Konsep hasil studi mengarah pada perancangan *motion-graphic* yang pada pokoknya berisi pesan tentang informasi dan pengenalan pembayaran non tunai. Rancangan *motion-graphic* ini diharapkan membuat penumpang BRT Trans Semarang beralih menggunakan transaksi pembayaran non tunai daripada menggunakan transaksi pembayaran tunai. Sementara itu, observasi terhadap media-media yang saat ini digunakan oleh pengelola BRT Trans Semarang menunjukkan bahwa terdapat papan-papan untuk menempatkan media tercetak seperti poster baik itu untuk kepentingan sosialisasi atau media tercetak iklan sponsor (*print-ad*). Papan-papan semacam ini, terdapat dalam halte-halte di sepanjang koridor. Mengutip sebuah studi, diketahui bahwa ada tiga tipe halte BRT Trans Semarang [3]. Dari ketiga tipe *shelter* atau halte BRT Trans Semarang, hanya halte tipe A yang dimungkinkan ada atau ditampilkan material multimedia Gambar 2.



Gambar 2. *Shelter* atau halte BRT Trans Semarang tipe-A

Selain infrastruktur media komunikasi dalam bentuk media tercetak dan multimedia yang tersedia di *shelter-shelter* BRT Trans Semarang, pengelola juga memanfaatkan infrastruktur yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Semarang dalam bentuk *videotron*. Ada beberapa *videotron* yang dimiliki Pemerintah Kota Semarang yang terpasang di tempat-tempat strategis; selain infrastruktur yang sama yang dimiliki oleh perusahaan periklanan partikelir.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengikuti pendapat Frankel dan Racine terkait arah penelitian untuk perancangan (*research for design*), arah penelitian ini juga digunakan oleh [11] dan [12]. Lebih lanjut, pada penelitian untuk perancangan media komunikasi visual ini

menggunakan pendekatan Villamil-Molina. Mengutip dari [13], Villamil-Molina merumuskan pendekatan perancangan dalam lima tahap yaitu: *development*, *preproduction*, *production*, *postproduction*, dan *delivery*.

Pada tahap *development* atau pengembangan, masalah perancangan didalami, untuk kemudian dikembangkan dan dirumuskan menjadi sebuah konsep atau ide. Konsep dan ide tersebut kemudian dikembangkan menjadi sebuah kerangka produksi [13]. Pendekatan untuk mendalami masalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara dan didukung dengan data sekunder berupa laporan-laporan di laman resmi BRT Trans Semarang dan sumber-sumber resmi yang relevan, artikel-artikel berita dari beberapa media massa, terutama digital, dan artikel-artikel ilmiah di beberapa jurnal. Tahapan selanjutnya adalah *preproduction* atau praproduksi, di mana dalam tahapan ini terdiri dari beberapa kegiatan, yaitu perancangan karakter, perancangan properti atau aset, penentuan *chroma* dan *tone*, penentuan *typography*, dan pembuatan naskah hingga *storyboard* [13, 14]. Kemudian dilanjutkan dengan tahap *production* atau produksi, yang di dalam tahap ini dilakukan eksekusi atas ide dan konsep sesuai dengan naskah, *storyboard* dengan melakukan penggabungan beberapa artwork objek, grafis 2D (atau 3D), pengembangan pergerakan atau animasi, pemilihan musik, sehingga menjadi satu produk *motion-graphic* [15]. Dua tahap akhir dari metode Villamil-Molina adalah *postproduction* (pascaproduksi) dan *delivery* (penyajian). Tahap *postproduction* diisi dengan kegiatan pengujian internal (alpha) maupun eksternal (beta). Sebagai proyek studi, pengujian yang dilakukan hanya pada tahap internal (alpha) saja dan tidak/ belum disajikan dalam bentuk yang bisa dikonsumsi khalayak.

3. HASIL DAN ANALISIS

Hasil temuan awal untuk perancangan menunjukkan bahwa BRT Trans Semarang membutuhkan media sosialisasi yang lebih informatif dan menarik untuk menjelaskan sistem pembayaran non tunai. Hal ini sejalan dengan temuan [10] yang menyoroti perlunya pelengkap dalam proses edukasi pengguna, khususnya terkait pemahaman dan langkah-langkah penggunaan *e-ticketing*. Dukungan terhadap kebutuhan ini juga ditegaskan oleh [3] yang mencatat bahwa media informasi yang ada saat ini belum cukup efektif dalam menyampaikan informasi kepada penumpang.

3.1. Pengembangan Wawasan

Gambaran umum BRT Trans Semarang diperoleh sebagian besar dari sumber resmi transsemarang.semarangkota.go.id dan artikel ilmiah karya [3] sistem angkutan massal cepat dalam bentuk bus angkutan cepat atau yang populer disebut dengan Bus Rapid Transit/BRT diterapkan penggunaannya di Kota Semarang sejak tahun 2009. Masyarakat Kota Semarang menyebutnya dengan nama Bus Trans Semarang atau BRT Trans Semarang [3]. Dengan dasar Peraturan Walikota Semarang Nomor 116/2016, pengelolaan BRT Trans Semarang dilakukan sebuah oleh sebuah badan layanan umum yaitu BLU yaitu BLU Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Trans Semarang [3, 15]. Pada awalnya, pembayaran karcis BRT Trans Semarang dilakukan secara tunai. Kemudian pada 2014, tepatnya 10 Februari, diluncurkan inovasi *e-ticketing* secara resmi pada BRT Trans Semarang. Evaluasi internal yang dilakukan tiga bulan setelah peluncuran menunjukkan bahwa masih ada kendala dalam pengoperasian sistem *e-ticketing* ini. Kendala yang dihadapi terutama adalah anggaran maupun SDM. Dalam kabar yang dirilis Kementerian Perhubungan dalam laman resminya, Manajer Operasional BLU Trans Semarang, Joko Umboro mengatakan bahwa pihaknya hanya dapat menganggarkan senilai 20 juta rupiah/ unit *e-ticketing* yang dipasang pada 46 armada bus Trans Semarang [16].

Dua belas tahun kemudian, sistem *e-ticketing* atau non-tunai (*cashless*) di BRT Trans Semarang menunjukkan kemajuan yang kurang signifikan. Observasi awal mengenai sistem ini yang dilanjutkan dengan wawancara terhadap 45 orang responden menunjukkan bahwa sebanyak 41 penumpang atau 90,8% menggunakan pembayaran tunai dan hanya 4 penumpang atau 9,2% yang menggunakan pembayaran non tunai. Hal ini dikonfirmasi oleh Angga Nanda Pratama, Pegawai BLU UPTD Trans Semarang. Dalam pernyataan di wawancara yang dilakukan Angga Nanda Pratama mengatakah bahwa rata-rata harian penumpang yang melakukan pembayaran non tunai (*Cashless*) berada pada kisaran 25-30 orang atau kurang dari 10% rata-rata jumlah penumpang harian. Masalah mengenai kurang antusiasnya pengguna BRT Trans Semarang perlu diselesaikan melalui rancangan media komunikasi visual untuk menyosialisasikan sistem *e-ticketing*. Pemilihan *motion-graphic* sebagai media sosialisasi didasarkan pada faktor kemenarikan dan jangkauannya yang lebih luas dari sekadar media tercetak yang dipasang di shelter-shelter BRT Trans Semarang. Pemanfaatan videotron, terutama yang dimiliki Pemerintah Kota Semarang menjadi pilihan yang efektif sekaligus efisien mengingat BRT Trans Semarang adalah badan layanan umum milik pemerintah kota.

3.2. Praproduksi

Perancangan media komunikasi visual untuk sosialisasi sistem *e-ticketing* BRT Trans Semarang, pada tahap pra-produksi dimulai dengan menetapkan gagasan umum tentang sebuah media yang menarik, dapat diakses siapa saja di berbagai platform; *tv-monitor*, media sosial, media digital dan lain-lain. Dari hasil observasi dan kajian atas berbagai media, animasi *motion-graphic*

dipilih sebagai media yang akan digunakan. Kemudian konten yang akan digunakan dalam media adalah konten dalam bentuk ajakan atau persuasi mengajak khalayak, dalam hal ini mengajak khalayak untuk menggunakan metode pembayaran non-tunai. Berangkat dari konsep konten ini, secara umum dibutuhkan beberapa hal untuk dipertimbangkan. Pertama adalah konsep narasi persuasi yang kemudian akan dikembangkan dalam jalan cerita, penaskahan (*scripting*) hingga *thumbnail-storyboard*. Di bagian lain, diperlukan konsep-konsep seperti karakter yang dipakai dalam *motion-graphic* ini, aset, warna dan tipografi yang digunakan.

1. Narasi Persuasi

Tujuan yang diharapkan dari konten ini adalah masyarakat teredukasi untuk menggunakan pembayaran non tunai dalam BRT Trans Semarang. Narasi dalam media ini adalah narasi langsung berupa kata; Ayo Menggunakan Pembayaran Non Tunai (*Cashless*) di BRT Trans Semarang. Narasi ini disampaikan melalui cerita tentang penjaga karcis/ pembayaran yang memberikan sebuah informasi pada masyarakat untuk menggunakan pembayaran non tunai pada BRT Trans Semarang. Informasi yang disampaikan si penjaga karcis atau pembayaran berisi tentang jenis-jenis pembayaran non tunai yang ada dalam BRT Trans Semarang dan kelebihan menggunakan sistem ini.

2. Storyline

Kisah si penjaga karcis itu dimulai dengan BRT Trans Semarang yang menuju suatu halte dengan latar belakang perkotaan. Kemudian dilanjutkan dengan karakter utama yaitu petugas penjaga karcis di dalam halte yang akan menjelaskan tentang pembayaran dalam BRT Trans Semarang. Setelah itu menampilkan teks Apakah bisa menggunakan pembayaran non tunai di Trans Semarang. Lalu menampilkan karakter utama dan karakter pendukung sedang transaksi pembayaran menggunakan uang tunai dan menampilkan tangan sedang menggunakan pembayaran non tunai dengan kartu yang digesekkan di mesin EDC (mesin transaksi pembayaran). Adegan selanjutnya menampilkan penjelasan mengenai inovasi pembayaran dalam BRT Trans Semarang melalui uang elektronik berbasis chip (*chip based*) dan server (*server based*). Informasi ini dijelaskan dengan menampilkan alat pembayaran *chip based* dan *server based*, diikuti dengan menampilkan uang elektronik chip (*chip based*) dalam BRT Trans Semarang yaitu E-Card Trans Semarang, BNI TapCash dan BRIZZI. Kemudian juga menampilkan uang elektronik *server based* melalui aplikasi OVO, Go Pay, Link Aja, QRIS dan AstraPay.

Keuntungan menggunakan pembayaran non tunai ditampilkan pada adegan berikutnya. Adegan ini kembali menampilkan karakter utama yaitu petugas penjaga karcis/ pembayaran. Teks yang ditampilkan adalah persuasi utama; *Ayo Menggunakan Pembayaran Non Tunai (Cashless) di BRT Trans Semarang*. Adegan berikutnya adalah adegan dimana bus meninggalkan halte yang diikuti dengan tampilnya logo BRT Trans Semarang dan beberapa tagar; #TerusBerbenah #Transsemarang #SobatTS #infoTS sebagai penutup.

3. Penaskahan

Penaskahan atau proses penulisan skrip untuk rancangan *motion-graphic* ini disusun secara sistematis berdasarkan pembagian setiap adegan sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1. Setiap adegan dipaparkan secara rinci untuk memastikan alur naratif yang kohesif dan mendukung pesan visual yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan ini, penyusunan *motion-graphic* menjadi lebih terarah dan efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

Tabel 1. Naskah/Skenario

Adegan	Nama Adegan	Deskripsi Adegan
Adegan 1	BRT Trans Semarang menuju halte	Sebuah bus yang merupakan armada BRT Trans Semarang mendekati sebuah halte. Background: suara bus berjalan diikuti bunyi 'tin..tin' (klakson bus) Voice over: tidak ada
Adegan 2	Sapaan Penjaga karcis/Pembayaran	Di dalam halte, seorang penjaga karcis/ pembayaran menyapa khalayak. Background: tidak ada Voice over: Halo sobat BRT dissolve in: (teks) Apakah bisa? Menggunakan pembayaran non-tunai di Trans Semarang?
Cut to cut		Voice over: Apakah bisa menggunakan pembayaran non-tunai di Trans Semarang? Menampilkan karakter utama dan karakter pendukung sedang menggunakan pembayaran tunai. Voice over: Tentu bisa!

Adegan	Nama Adekan	Deskripsi Adekan
Cut to cut		dissolve in: (grafis) tangan saat melakukan pembayaran non tunai dengan kartu dan mesin EDC (<i>Electronic Data Capture</i>) atau mesin transaksi pembayaran.
Cut to scene 3		Voice over: Selain menggunakan pembayaran tunai, BRT Trans Semarang juga bisa menggunakan pembayaran non tunai.
Adekan 3	Jenis transaksi atau pembayaran non-tunai di BRT Trans Semarang	Menampilkan alat pembayaran <i>chip based</i> dan <i>server based</i> . Voice over: Selain itu, dalam pembayaran non-tunai, sekarang BRT Trans Semarang sudah memiliki inovasi yaitu melalui uang elektronik berbasis <i>chip based</i> dan <i>server based</i> .
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan uang elektronik (chip based) Voice over: Uang elektronik berbasis <i>chip based</i> adalah sebuah <i>chip</i> ditanamkan di dalam kartu, yang biasa disebut E money. Dalam BRT Trans Semarang mempunyai beberapa jenis kartu yaitu E-Card Trans Semarang, BNI TapCash dan BRIZZI.
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan kartu e-card Semarang Voice over: Kartu E-Card Trans Semarang diperuntukkan untuk umum, pelajar/mahasiswa, KIA, lansia/veteran, dan difable. Kartu E-Card Trans Semarang bisa diperoleh di Halte <i>Transit Point</i> seperti Halte Simpang Lima, Halte Imam Bonjol dan Halte Balaikota.
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan kartu BNI TapCash dan BRIZZI Voice over: Untuk kartu BNI TapCash dan BRIZZI bisa dibuat di bank terdekat (area Semarang).
Cut to scene 4		
Adekan 4	Jenis transaksi atau pembayaran non-tunai <i>server based</i> di BRT Trans Semarang	Menampilkan uang elektronik <i>server based</i> . Voice over: Uang elektronik server based adalah uang elektronik yang ada dalam aplikasi yang terhubung dengan gawai yang terkoneksi dengan internet; populer dikenal sebagai dompet digital atau <i>e-wallet</i> . Dalam BRT Trans Semarang pembayaran bisa melalui aplikasi OVO, Go Pay, Link Aja, QRIS dan AstraPay.
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan aplikasi OVO Voice over: OVO
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan aplikasi GoPay Voice over: GoPay
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan aplikasi LinkAja Voice over: LinkAja
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan aplikasi AstraPay Voice over: AstraPay
Cut to cut		dissolve in: (grafis) Menampilkan aplikasi QRIS Voice over: QRIS
Cut to scene 5		
Adekan 5	Keuntungan pembayaran non-tunai	dissolve in: (teks) Keuntungan menggunakan pembayaran non-tunai dissolve in: Lebih praktis dan efisien Keamanan lebih terjamin Bisa transaksi dengan mudah Mendapat banyak promo dan diskon
Cut to scene 6		
Adekan 6	Sapaan penutup	Karakter utama yaitu petugas penjaga karcis/ pembayaran di dalam halte. Voice over: Ayo menggunakan pembayaran non-tunai di Trans Semarang. dissolve in: (grafis) lingkungan seperti adegan awal dan bus me-ninggalkan halte
Cut to end		dissolve in: (grafis) Logo BRT Trans Semarang <i>#TerusBerbenah #Transsemarang #SobatTS #infoTS</i>

4. Konsep Visual Karakter, Aset, Warna dan Tipografi

Karakter utama dalam *motion-graphic* ini digambarkan sebagai seorang petugas penjaga karcis atau pembayaran yang bertugas di *shelter* BRT Trans Semarang. Visualisasi karakter ini dirancang berdasarkan referensi visual yang ditampilkan pada Gambar 3, guna menciptakan representasi yang sesuai dengan realitas lapangan. Penggambaran karakter tersebut bertujuan untuk memberikan kedekatan emosional dan meningkatkan relevansi konteks dalam penyampaian pesan melalui media visual.



Gambar 3. Seragam petugas atau penjaga karcis/pembayaran sampai dengan Februari 2023

Aset visual yang digunakan dalam *motion-graphic* ini mencakup berbagai jenis bus yang dioperasikan oleh BRT Trans Semarang. Terdapat empat jenis bus yang digunakan oleh pengelola, yaitu bus besar berwarna biru (Gambar 4, A), bus medium berwarna biru dan merah (Gambar 4, B dan C), serta bus mikro berwarna merah (Gambar 4, D). Keberagaman jenis dan warna bus tersebut dimanfaatkan untuk memberikan representasi yang akurat terhadap sistem transportasi BRT Trans Semarang sekaligus memperkuat aspek visual dalam narasi *motion-graphic*.



Gambar 4. Macam-macam jenis bus yang digunakan oleh pengelola BRT Trans Semarang

Shelter atau halte BRT Trans Semarang merupakan salah satu aset penting yang turut digunakan dalam perancangan *motion-graphic* ini. *Shelter* yang dijadikan referensi adalah *shelter* tipe A Simpanglima, yang dikenal memiliki bentuk ikonik dan mudah dikenali oleh masyarakat. Tampilan visual *shelter* tersebut mengacu pada Gambar 5, di mana bagian kiri menampilkan interior *shelter*

dan bagian kanan memperlihatkan eksteriornya. Penggunaan *shelter* ini dalam visualisasi bertujuan untuk memberikan konteks ruang yang realistis serta memperkuat identitas lokal dalam narasi visual yang disampaikan.



Gambar 5. *Shelter* Simpanglima, kiri interior, kanan eksterior

Sementara itu, konsep warna yang digunakan dalam *motion-graphic* ini mengusung pendekatan *full color* untuk menciptakan tampilan visual yang hidup dan menarik. Komposisi warna disusun berdasarkan referensi yang ditunjukkan pada Gambar 6, yang mencerminkan keseimbangan antara unsur estetika dan fungsionalitas visual. Pemilihan warna dilakukan secara cermat untuk mendukung narasi serta memperkuat identitas karakter dan lingkungan yang ditampilkan. Dengan demikian, penggunaan warna tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai penunjang komunikasi visual yang efektif.



Gambar 6. Komposisi warna yang digunakan dalam *motion-graphic*

Pilihan huruf yang digunakan dalam *motion-graphic* ini adalah ‘Montserrat’. Seperti pada umumnya kelompok huruf sanserif, huruf bergaya modern ini memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga akan mudah dibaca dan dipahami oleh audiens. ‘Montserrat’ memiliki rentang font dari thin 100 hingga Black 900. Untuk kepentingan *motion-graphic* ini dipilih font ‘Montserrat’ reguler 400; ukuran huruf fleksibel dalam rentang 10 – 12 pt. Gambar 7 adalah ilustrasi font ‘Montserrat’ reguler 400 12 pt.

Monserrat
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890

Gambar 7. Font Monserrat reguler400

3.3. Produksi

Visualisasi dari naskah (*script*) *motion-graphic* ini disusun untuk setiap adegan secara berurutan, dimulai dari Adegan 1 hingga Adegan 4. Paparan dalam bagian ini disajikan dalam bentuk visualisasi yang telah dirancang sesuai dengan alur cerita yang ditentukan. Pada Adegan 1, divisualisasikan sebuah bus BRT Trans Semarang berwarna merah yang sedang melaju mendekati halte tipe A, sebagai gambaran situasi di kawasan Simpang Lima, Semarang. Adegan ini merepresentasikan halte koneksi utama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8, yang menjadi titik penting dalam sistem transportasi BRT di kota Semarang.



Gambar 8. Visualisasi adegan 1 Bus BRT Trans Semarang memasuki halte

Adegan 2 menampilkan momen sapaan dari petugas karcis atau pembayaran, yang divisualkan melalui sosok pria berseragam resmi BRT Trans Semarang sedang menyapa dengan ramah di dalam area halte. Latar belakang adegan ini memperlihatkan beberapa penumpang yang sedang menunggu, menciptakan suasana interaksi yang hangat dan realistis, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 9. Transisi visual dalam adegan ini menggunakan teknik *cut to cut* dan *dissolve in*, yang mengalir secara dinamis menuju adegan berikutnya. Penggunaan teknik transisi ini bertujuan untuk menjaga kesinambungan narasi dan menciptakan alur visual yang halus antar adegan.



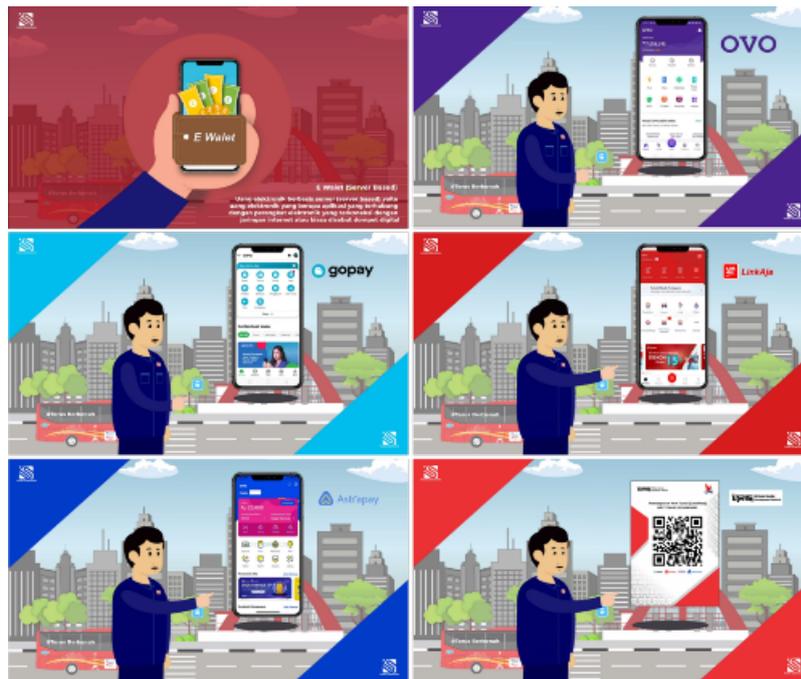
Gambar 9. Kolase visualisasi adegan 2 sapaan penjaga karcis/pembayaran di halte BRT Trans Semarang

Selanjutnya Adegan ke-3 berfokus pada penjelasan mengenai jenis transaksi atau metode pembayaran non-tunai yang diterapkan dalam sistem BRT Trans Semarang. Visualisasi dalam adegan ini menampilkan dua kategori utama metode pembayaran, yaitu *chip-based* dan *server-based*, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 10. Selanjutnya, secara *cut-to-cut* ditampilkan ragam kartu *chip-based* yang digunakan, mencakup Kartu E-Card Trans Semarang untuk kategori umum, pelajar/mahasiswa, KIA, lansia/veteran, serta difabel. Adegan ini juga memperlihatkan penggunaan kartu perbankan seperti BNI TapCash dari PT Bank BNI dan BRIZZI dari PT Bank BRI, yang menggambarkan integrasi sistem pembayaran digital dalam transportasi publik.



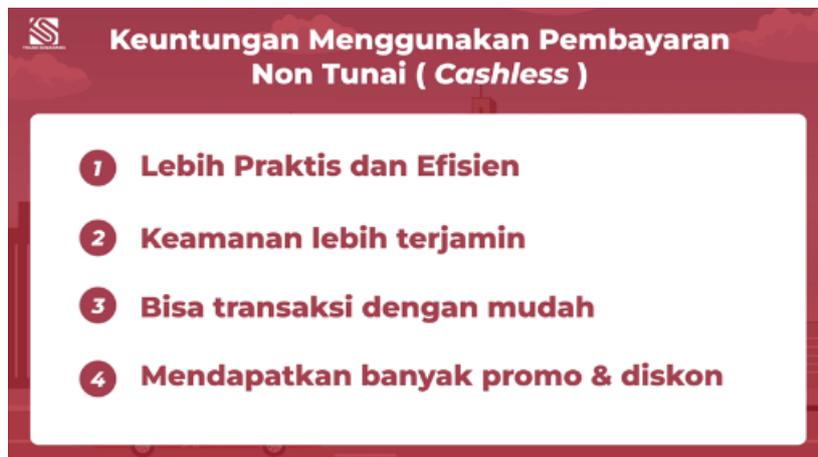
Gambar 10. Kolase visualisasi adegan 3 tentang sistem pembayaran non-tunai *chip-based card*

Adegan 4 merupakan lanjutan dari transisi adegan sebelumnya yang menampilkan jenis transaksi pembayaran non-tunai berbasis server, yaitu melalui dompet elektronik (*e-wallet*) atau yang lebih dikenal dengan istilah dompet digital. Visualisasi dalam adegan ini menampilkan beberapa layanan *e-wallet* populer yang dapat digunakan untuk membayar tarif BRT Trans Semarang, seperti OVO, GOPAY, LinkAja, ASTRAPay, serta pembayaran melalui Q-RIS ke akun finansial resmi BRT Trans Semarang, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 11. Perubahan warna layar dilakukan secara signifikan dalam setiap tampilan *e-wallet* untuk menyesuaikan dengan identitas visual atau visual brand masing-masing penyedia layanan, seperti biru-ungu untuk OVO, biru muda untuk GOPAY, jingga untuk LinkAja, dan biru untuk ASTRAPay. Pendekatan visual ini bertujuan untuk memperkuat keterkaitan antara elemen grafis dan merek, serta membantu penonton mengenali layanan pembayaran digital yang ditampilkan secara lebih intuitif.



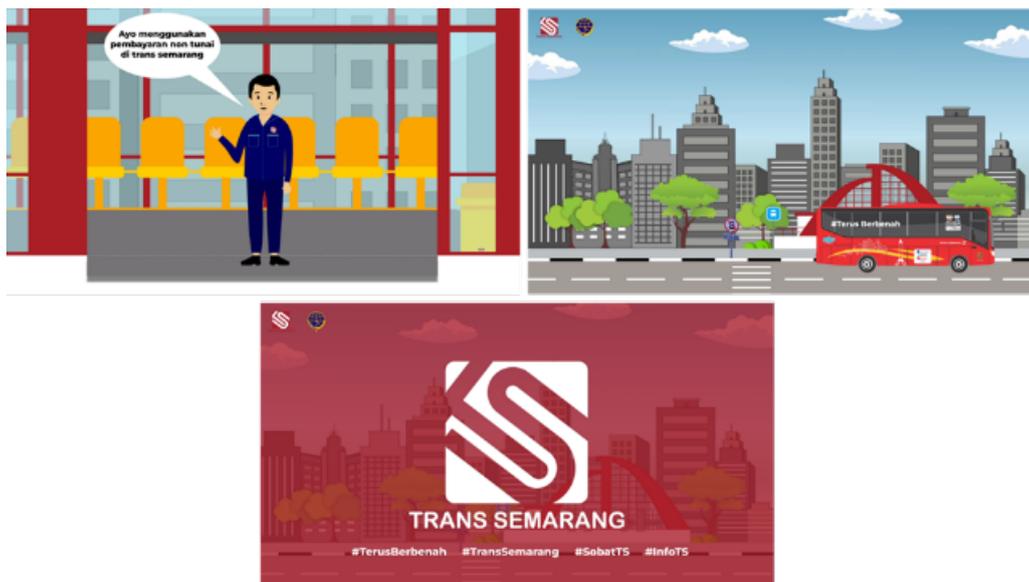
Gambar 11. Adegan 4 jenis transaksi pembayaran non-tunai *server-based* (e-wallet)

Adegan 5 berfungsi sebagai bentuk afirmasi terhadap penggunaan sistem transaksi atau pembayaran non-tunai yang diterapkan di BRT Trans Semarang. Visualisasi pada adegan ini menampilkan animasi teks yang menjelaskan berbagai keuntungan menggunakan metode pembayaran non-tunai, baik yang berbasis *chip* maupun *server*, sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 12. Informasi yang disampaikan mencakup efisiensi waktu, kemudahan akses, serta peningkatan keamanan dalam proses transaksi. Penyampaian pesan melalui animasi teks ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman audiens terhadap manfaat sistem pembayaran digital dan mendorong adopsi teknologi secara lebih luas di kalangan pengguna transportasi publik.



Gambar 12. Visualisasi adegan 5 yang berupa tampilan animasi teks

Adegan terakhir, yakni Adegan 6, menampilkan penjaga karcis atau petugas pembayaran yang menyapa pemirsa sebagai penutup video Gambar 13. Sapaan tersebut disampaikan dengan ramah dan bersahabat, menciptakan kesan positif di akhir tayangan. Kehadiran petugas ini berfungsi untuk memperkuat pesan layanan yang humanis dan responsif terhadap pengunjung. Penutupan ini memberikan penegasan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya terlihat pada proses, tetapi juga pada kesan akhir yang ditinggalkan.



Gambar 13. Adegan penutup berupa sapaan penutup dan visualisasi penutup

Hasil penelitian ini merupakan video *motion-graphic*, secara keseluruhan, durasi video animasi *motion-graphic*, tentang sosialisasi sistem pembayaran non-tunai atau *cashless* di BRT Trans Semarang ini, memakan waktu 1 menit 30 detik. Layar penutup video diberi indikasi berupa tagar (*hashtag*) slogan BRT Trans Semarang, nama populer layanan, *fans-name* BRT Trans Semarang dan informasi yang setiap tagar selalu ada di akun media sosial BRT Trans Semarang. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pencarian sekaligus mengoptimalkan jalinan media BRT Trans Semarang.

3.4. Produksi

Setelah *assembly* dari semua karakter, aset, mempertimbangkan warna dan memeriksa durasi serta *voice over*, video *motion-graphic* ini sudah siap disajikan. Meski demikian, sebagai proyek studi, video ini hanya ditawarkan sebagai purwarupa atau *mockup* untuk pertimbangan pihak BRT Trans Semarang. Secara internal, sebagai proyek studi, video ini sudah melalui tahap pengujian (*alpha*) dalam sidang akademik. Hasil masukan menunjukkan bahwa ada beberapa kritik dan saran terhadap penggunaan karakter utama dalam video. Pertimbangan untuk menggunakan gender tunggal (laki-laki) dirasa perlu dipertimbangkan ulang mengingat video ini harus berlaku umum untuk semua khalayak. Selibuhnya tidak ada catatan besar atas video ini.

4. KESIMPULAN

Transaksi non-tunai atau *cashless* untuk pembayaran layanan BRT Trans Semarang, diselenggarakan sebagai inovasi sistem pembayaran sejak tahun 2014. Setelah berlangsung hampir dua dekade, pembayaran BRT Trans Semarang menggunakan sistem ini masing sangat rendah animonya di kalangan pengguna jasa. Mengingat semakin berkembangnya teknologi digital, kebutuhan untuk mendorong pengguna jasa BRT Trans Semarang, semakin besar. Oleh karena itu, BRT Trans Semarang mencoba dengan berbagai cara mensosialisasikan sistem transaksi non-tunai ini. Rancangan *motion-graphic* atau video animasi gerak henti ini dirancang dalam rangka membantu BRT Trans Semarang untuk mensosialisasikan sistem transaksi pembayaran non-tunai. Media ini dibuat sebagai bentuk alternatif media yang dapat digunakan oleh BRT Trans Semarang dalam berbagai akun media sosial maupun pada monitor tetap di halte atau bahkan di videotron di ruang-ruang khalayak (*public space*). Rancangan video *motion-graphic* ini didahului dengan pemahaman masalah dengan pendekatan penelitian kualitatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif seputar BRT Trans Semarang. Sementara itu, perancangan video *motion-graphic* ini dibuat dengan model perancangan Villamil-Molina. Video animasi *motion-graphic* ini dibuat dengan pesan pokok bahwa pembayaran layanan BRT Trans Semarang dapat dilakukan dengan cara non-tunai. Pesan tersebut dibawakan dalam enam adegan di video tersebut. Secara umum adegan-adegan itu terbagi menjadi; satu adegan pembuka, empat adegan pokok dan satu adegan penutup. Adegan pokok berisi tentang sosialisasi sistem transaksi pembayaran non tunai untuk layanan BRT Trans Semarang. Pengujian pada tahap pascaproduksi sudah dilakukan dan menunjukkan secara umum bahwa video ini berhasil membawa pesan yang diharapkan. Catatan besar pada saat

pengujian adalah penggunaan gender tunggal (laki-laki) sebagai karakter utama yang dirasa belum mempertimbangkan kesetaraan mengingat video ini harus berlaku umum. Sebagai proyek studi, pesan yang akan disampaikan berhasil disampaikan video animasi *motion-graphic* ini. Oleh karena itu, video animasi *motion-graphic* ini dapat dideseminasikan kepada pihak BRT Trans Semarang. Meski demikian, pemilihan karakter tunggal gender pada video animasi *motion-graphic* ini perlu diantisipasi dengan rancangan yang lain dengan karakter multigender. Selain itu, untuk saran untuk memperkuat kampanye pembayaran menggunakan sistem non-tunai atau *cashless* perlu juga dilakukan dengan menggunakan media lain. Karakter yang ada pada video animasi *motion-graphic* ini dapat digunakan sebagai aset grafis dalam mengembangkan media lain seperti poster digital, konten visual media sosial, cendera mata atau media-media lain yang relevan mendukung program BRT Trans Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ucapan terimakasih adalah opsional. Sumber dana penelitian dapat diletakkan di sini.

REFERENSI

- [1] A. Purwanto, *Kota-semarang-pintu-gerbang-dan-sentra-perdagangan-jawa-tengah* @ www.kompas.id, Indonesia, 2021.
- [2] I. M. Aditiya, *Ini-dia-10-kota-terbesar-di-indonesia* @ www.goodnewsfromindonesia.id, Indonesia, 2020.
- [3] R. Rizkiana dan B. A. P. Adiwibawa, "Perancangan Infografis Pada Halte Bus Angkutan Cepat (Bus Rapid Transit-Brt) Trans-Semarang Koridor 8," *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, vol. 6, no. 1, p. 194, 2021. DOI: [10.25124/demandia.v6i1.3283](https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.3283).
- [4] B. I. Septada, A. R. Herawati, dan Maesaroh, "Analisis Pelayanan BRT Trans Semarang di Kota Semarang," *Journal Of Public Policy And Management Review*, vol. 12, no. 3, 2017.
- [5] D. Daniswari, *Trans Semarang: Rute, Jam Operasional, dan Cara Pembayaran Tiket*, Indonesia, 2022.
- [6] Admin PPID, *Rute BRT Trans Semarang dan Feeder di Kota Semarang*, Indonesia, 2024.
- [7] Admin Trans-Semarang, *Trans Semarang Menambah Waktu Layanan Operasional*, Indonesia, 2022.
- [8] J. N. Malau, W. Hidayat, dan S. Suryoko, "Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor II Terboyo - Sisemut, Ungaran)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 4, no. 4, pp. 25–35, 2015.
- [9] A. N. Adibah dan O. R. Manullang, "The Assessment of BRT Trans Semarang Service Quality," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 771, no. 1, 2020. DOI: [10.1088/1757-899X/771/1/012045](https://doi.org/10.1088/1757-899X/771/1/012045).
- [10] Y. Budipratama dan T. R. Khaerani, "Proses Inovasi Pelayanan Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang (Studi Kasus e-Ticketing)," *Journal Of Public Policy And Management Review*, vol. 6, no. 2, pp. 101–111, 2017.
- [11] D. W. Setyanto dan B. A. P. Adiwibawa, "Perancangan Fotografi Karakter Heroine Dalam Balutan Warna Merah. In Seminar Nasional Seni dan Desain 2018," in *Seminar Nasional Seni dan Desain: 'Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0'*, M. R. Abidin dan M. A. Islam, Eds., Surabaya: FBS Universitas Negeri Surabaya, 2018, pp. 78–83.
- [12] N. Sekararum dan B. A. P. Adiwibawa, "Perancangan Media Kampanye Tentang Pencegahan Bunuh Diri," *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, vol. 7, no. 3, p. 122, 2020. DOI: [10.26858/tanra.v7i3.15347](https://doi.org/10.26858/tanra.v7i3.15347).
- [13] M. A. Firdaus dan M. F. A. Nasrullah, "Implementasi Teknik Rotoscoping Pada Pembuatan Film Pendek Bergenre Thriller Menggunakan Metode Villamil-Molina," *Journal of Applied Multimedia and Networking*, vol. 2, no. 2, pp. 1–12, 2018.
- [14] R. Z. Fujianto dan C. Antoni, "Produksi Dan Efektivitas Motion Graphic Sebagai Media Promosi Zetizen Batam Pos," *Journal of Digital Education, Communication, and Arts (Deca)*, vol. 3, no. 02, pp. 104–123, 2020. DOI: [10.30871/deca.v3i2.2202](https://doi.org/10.30871/deca.v3i2.2202).
- [15] Admin Trans-Semarang, *Index*, Indonesia.
- [16] Dirjend Perhubungan Darat, *Eticketing Trans Semarang Masih Butuh Pembinaan*, Indonesia, 2014.

[Halaman ini sengaja dikosongkan]